I Territori della Grafica

Accademia di Belle Arti di Roma

n. 1

I Territori Grafica

Riflessioni

Riflessioni

Quarant'anni fa da studente in Accademia, mi muovevo nei vari territori della "*comunicazione visiva*": dal fumetto alla grafica d'arte, fino a spingermi verso le nuove forme di linguaggio della pubblicità.
Alcuni anni dopo mi sono ritrovato da docente ad insegnare Tecniche Grafiche Speciali, e nell'ambito didattico ho cercato di mettere a frutto la mia esperienza maturata negli anni, dialogando con i ragazzi e sperimentando nuovi percorsi curriculari volti ad abbracciare la grafica nella sua totalità, nel complesso e affascinante territorio della comunicazione.
Alla base di ogni manifestazione visiva, a prescindere dall'argomento, dalla tecnica e dallo stato emozionale dell'autore, c'è solo e sempre il Segno! Il vero comune denominatore della "*comunicazione visiva*".
Chi si addentra nel campo della grafica non può esimersi dalla conoscenza del *"segno"*, studiarne e indagarne tutte le potenzialità, al fine di raggiungere lo scopo comunicativo ed espressivo nei vari campi dell'immaginario grafico.
Il titolo della nostra rivista "I Territori della Grafica", alla sua seconda uscita, richiama spazi aperti, nuovi confini e nuove tecnologie, espressione di creatività e immaginazione finalizzata ai linguaggi dell'Arte.

Gerardo Lo Russo

Accademia di belle arti di Roma

www.accademiabelleartiroma.it

n°1
Pubblicazione Periodica
sede: Accademia di Belle Arti di Roma,
via di Ripetta n°222
00187 Roma

Si ringrazia per la collaborazione
Massimo Arduini
Carlo Bozzo
Corrado Musmeci
Andrea Attardi
Diego Mormorio
Paolo Rosa
Giulio De Vita
Carmine Mario Muliere
Happycentro
Alessandra Cigala
Francesco Mazzenga
Gianni Mascolo
Marco Cendron
Flavio Dionisi
Stefania Rinaldi

Sommario

Creatività e Pensiero

WORK IN PROGRESS

Federica Marroni

Creatività e Lavoro

Un nuovo viaggio, nuovi incontri, nuove sensazioni, emozioni, saperi e sapori da raccontare, dividere, con chi voglia imbarcarsi con vele sagaci verso nuovi o vecchi territori, percorsi da esplorare, condividere, vivere e rivivere.

Alcuni compagni di viaggio ci hanno lasciato, molti altri si sono aggiunti in questa scommessa che continua, con lo stesso spirito con cui è iniziata, il confronto, il dialogo, donare e ricevere, riflettere e riflettersi, evolversi, trasformarsi, mettendo via via in progress un osservatorio sul mondo della comunicazione visiva. Ma anche ed in particolare, un contributo per dirla alla Zarathustra "*A voi ebbri d'enigmi, amanti del crepuscolo. Voi cercatori, voi tentatori e voi tutti che con accorte vele v'imbarcate per mari inesplorati! Oh voi tutti che amate gli enigmi*".

Il mistero della mente, gli approcci al pensiero creativo, il rapporto tra creatività e lavoro, il tema che abbiamo scelto quest'anno ci ha dato modo di confrontarci con molteplici esperienze, ricche di contenuti e valori diversi, tutte egualmente interessanti. Si è cercato di produrre, ideare, causare, provocare in ogni situazione la giusta scintilla per accendere il pensiero creativo, ma allo stesso tempo analizzare e valutare, come creatività e lavoro debbano coesistere in un felice e prezioso connubio, senza il quale aridità e ripetitività, diventano i presupposti di un qualunquismo comunicativo e culturale.

Ben venga allora la Creatività, con la C maiuscola, ad accendere il ruolo, l'impegno personale e collettivo, che stimola generando nuove soluzioni operative, intriganti percorsi visivi, aggiungendo gusto e sostanza al fare operativo, al produrre, al comunicare, illuminare dare nuova vitalità ai nostri pensieri per tradurli in azione.

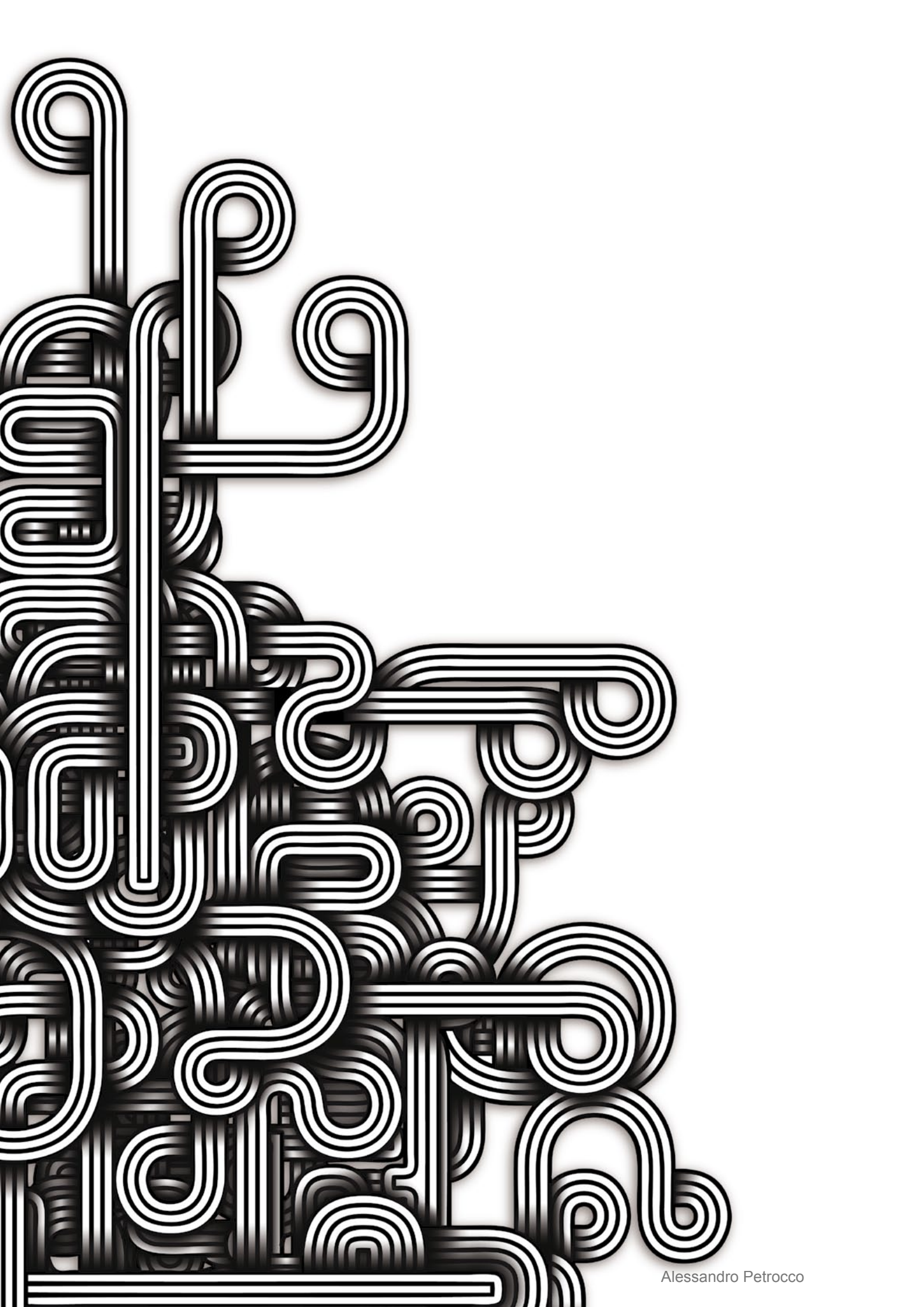
"Se l'idea non si sublima nell'intelletto il suo moto si trasmette alle mani e diviene lavoro, impegno, partecipazione".

Un ringraziamento particolare va ai colleghi, agli studenti, che hanno contribuito all'uscita di questo numero un grazie di cuore.

E allora per concludere, buona lettura, buoni pensieri e buon lavoro, all'insegna della creatività.

Enrico Pusceddu

WORK IN PROGRESS

Alessandro Petrocco

TRIENNALE

Museum

di Design

TRIENNAL

Da Milano, durante la terza edizione del Triennale Design Museum nei primi mesi di quest'anno, è partito l'invito ad immergersi nel mondo o, meglio, nei mondi del design grafico contemporaneo. Un'occasione unica per avvicinarsi alla ricchezza e molteplicità delle modalità di intervento sulla comunicazione dei designer grafici e, più in generale, per comprenderne più a fondo i vari e differenti approcci alla realtà attuale. La mostra Graphic Design Worlds ha costituito solo il primo e più spettacolare appuntamento per una ricognizione, in questo caso soprattutto visiva e cinestetica, sulla pluralità di percorsi che questa disciplina in divenire, abituata all'attraversamento dei linguaggi e dei media, va tracciando negli ultimi decenni. Le altre tappe del progetto espositivo lo hanno visto arricchirsi ulteriormente con una raccolta delle voci dei designer in mostra, accompagnata dalle riflessioni di storici e critici, nel volume Graphic Design Worlds/Words, edito da Electa e con la pubblicazione in rete di un blog molto interessante, A Diary of an Exhibition, un work in progress, una sorta di diario di bordo della manifestazione, per gettare uno sguardo dietro le quinte della mostra, partecipare alla sua gestazione, approfondire i contributi di graphic designer e critici attraverso interviste, video, fotografie, riflessioni.
Un titolo che, non si sa quanto inconsapevolmente, ma con significativa coincidenza, rimandava al Fare Mondi della scorsa Biennale Arti Visive di Venezia, il tema scelto da Daniel Birnbaum in quanto, nel suo assunto teorico, l'opera d'arte, intesa come rappresentazione di una visione del mondo, deve essere pensata come modo per l'artista di costruire un mondo. Ed una manifestazione quale la Biennale come un

E

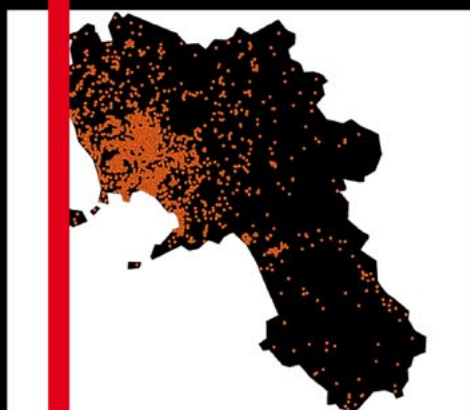
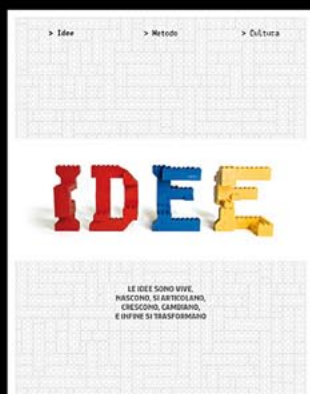
Design Museum

vero crocevia, un laboratorio fecondo piuttosto che una vetrina dove singole culture si mettono in mostra, perché «forse là dove avviene un incontro tra mondi diversi, possono nascerne di nuovi». La sfida è stata allora scontrarsi con la molteplicità e la differenza, imparare a conviverci trasformando questa condizione in un arricchimento. Esattamente quanto proposto dalla manifestazione milanese. Il suo merito è stato proprio l'essere riuscita a mostrarci il graphic design attuale come un territorio dai confini nebulosi, che si arricchisce dalla contaminazione tra i linguaggi, ma che affina soprattutto una capacità di osservare e ascoltare il mondo, per comunicare, interpretare e intervenire sulla realtà. Come sottolinea Andrew Blauwelt, teorico di un design definito appunto "relazionale" (Relational Design), l'innovazione formale non è più al centro dell'attenzione del designer grafico, ma lo è il contesto in cui si trova ad operare. Il suo approccio al mondo può rivelarsi perciò un modello significativo cui guardare: il suo porsi come un ponte tra il cliente e il pubblico, il dover considerare le diverse tipologie di utenti cui parlare, la capacità di conciliare posizioni contrastanti, il saper dosare pragmatismo e immaginazione. Nel dibattito tra i giovani grafici intervenuti questo aspetto è sottolineato con insistenza. Il gruppo Brave New Alps, per esempio, afferma: "Il design della comunicazione come lo intendiamo va ben oltre il piano visivo: è uno strumento per esplorare il mondo e creare relazioni. Siamo interessati al valore culturale del design e

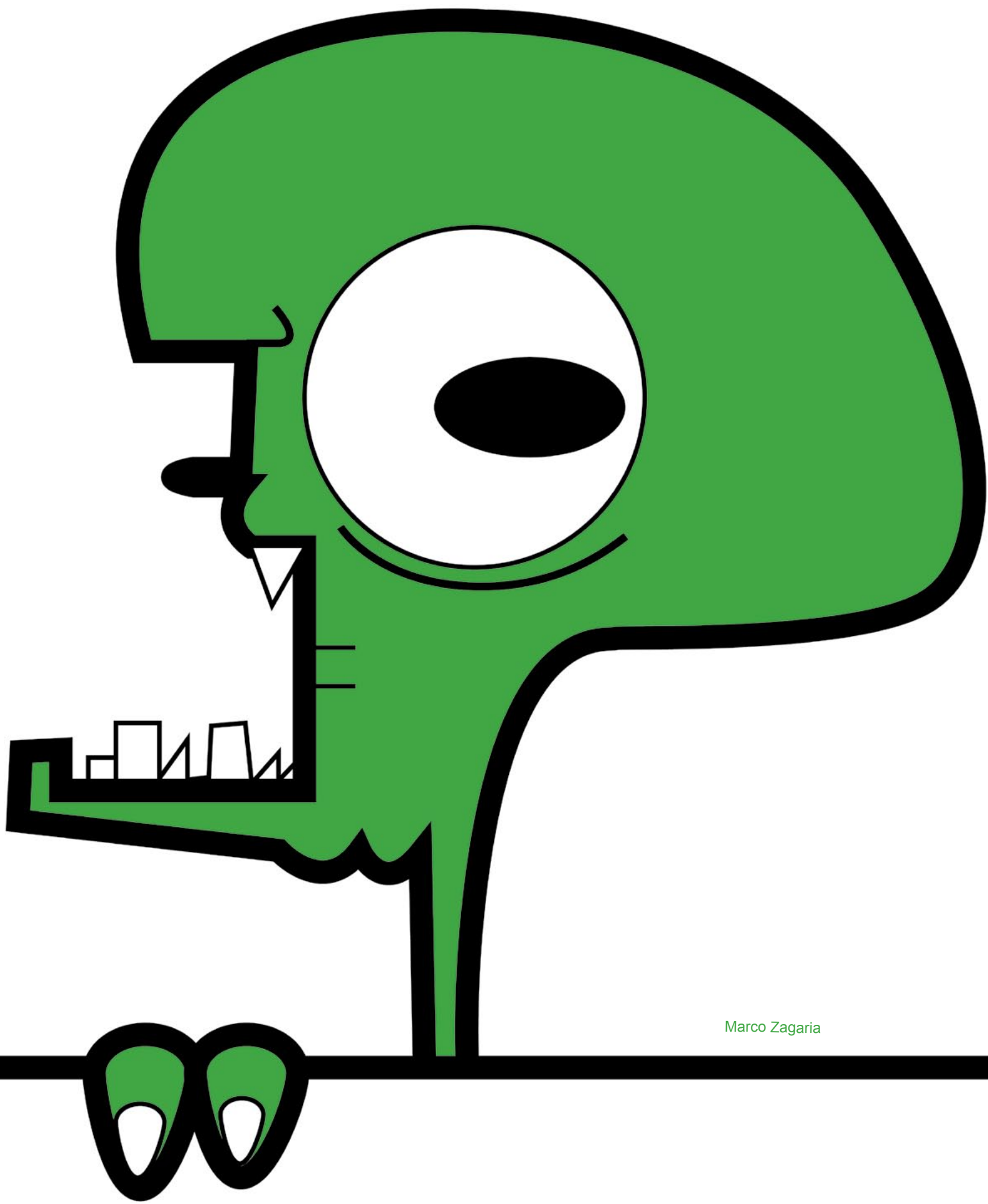
GRAPHIC D

alle sue capacità di interrogare, interpretare e plasmare la realtà di cui facciamo parte."
Il graphic design come strumento per mettersi in relazione con il mondo, allora, tenendo a mente quello che Giovanni Anceschi ricorda: "Il nostro mestiere è sempre quello di trasformare", anche se nello sconfinamento tra i generi e le discipline è importante mantenere costanti quelli che definisce i "baricentri" o "spine dorsali", le gerarchie conoscitive, i capisaldi concettuali. E questo è valido anche in senso pedagogico. Come graphic designer-artista-educatore Anceschi sostiene la necessità di intrecciare specialismo e fondatività con interdisciplinarietà, individuando inoltre un segnale positivo nell'emergere sempre più diffuso di modalità operative di équipe tra i giovani, perché il formarsi di gruppi indica che c'è movimento culturale.
Si è assistito perciò, negli ultimi anni, a un progressivo impegno nel progettare in proprio al di fuori delle esigenze e delle regole del mercato, in totale autonomia, sfruttando quelle che sono le opportunità fornite dalle nuove tecnologie e in particolare dal web, diventando anche imprenditori di se stessi, come editori in proprio di testi o di riviste, curatori di mostre, campagne-performance o pubblicazioni. Per uscire dal ruolo tradi -

ESIGN WORLDS

zionale del “fornitore di servizi”, come sostiene Steven Heller, e “accedere a quello di sviluppatore di contenuti”. A favorire, paradossalmente, questo spostamento e sconfinamento della figura del graphic designer ha indubbiamente concorso da qualche anno anche l’ormai estremamente facile accesso alle tecnologie di elaborazione grafica, la loro rapida diffusione tra fasce molto ampie della popolazione, che ha consentito di produrre in autonomia anche a tanti non professionisti. Necessariamente, perciò, la ragione d’essere del graphic designer diviene un’altra, più complessa e stimolante, ponte tra più realtà. L’adeguamento all’irrompere sulla scena dei media elettronici e poi digitali ha visto fondersi in un’unica figura più modalità operative, come ha di recente teorizzato Gene Youngblood. Egli sostiene che la premessa di una rivoluzione della comunicazione è nel libero accesso ai due componenti della tecnologia dei media: i mezzi tecnici di produzione e la rete di distribuzione. Entrambi costituiscono quello che Youngblood chiama metamedia. I metamedia rendono possibile una nuova pratica culturale, il metadesign, e, di conseguenza, un nuovo tipo di professione, il metadesigner. La principale caratteristica del metadesign consiste nella fusione delle varie professioni considerate fino ad ora isolatamente: quella dell’artista come creatore, quella dell’artigiano come realizzatore, quella dell’informatico come tecnico, quella del designer come progettista. Il metadesigner opera nei più diversi campi, espandendo le sue competenze da quello artistico a quello della comunicazione e alle reti telematiche.

Per tornare all'assunto iniziale della mostra, ai "mondi" costruiti e rappresentati dai diversi graphic designer coinvolti nel progetto espositivo e nel dibattito teorico, alla Triennale è stato possibile non solo confrontarsi con la dimensione dei prodotti, in un'auto-messa in scena degli autori invitati, nell'allestimento di installazioni ambientali, ma trovare spazio anche per dichiarazioni di intenti, ricostruzione di percorsi, riflessioni. Gli FF3300, per esempio, hanno usato come chiave interpretativa della loro progettualità dei mattoncini Lego: "il mattoncino permette di costruire rispettando determinate regole, che consentono di collegare i pezzi gli uni con gli altri, i giunti, le interferenze, le relazioni". Con i Lego è costruito il loro logo, con i Lego sono costruite le parole alla base del loro operare: "IDEE. Le idee sono vive, nascono, si articolano, crescono, cambiano e infine si trasformano. METODO. Dove c'è metodo non c'è arbitrarietà. CULTURA. Cultura è sperimentare e lasciarsi contaminare" (e qui i mattoncini si mischiano in una sarabanda di colori). Nell'ambiente allestito dal gruppo olandese De Designpolitie grande spazio è assegnato al progetto Gorilla, condiviso con altri grafici amici, per il quotidiano "De Volkskrant": una rete operativa che settimanalmente commenta con una grafica graffiante la politica mondiale, un sarcasmo amaro e conciso che si sposa con efficacia a immagini sintetiche e pulite. Assolutamente in tema con l'aspetto espositivo l'installazione del gruppo Abake, che già nella sua composizione (anglo-franco-svedese) dimostra la sua vocazione nel costruire relazioni, qui concentrato in un omaggio alle wunderkammern secentesche, i bizzarri musei delle "curiosità": le delicate lettere in vetro soffiato di Murano che compongono il nome dell'antico collezionista Manfredo Settala sono sospese, la loro ombra leggera sulla parete è un omaggio alle sculture aeree di Bruno Munari, la lampada di Achille Castiglioni

che le illumina ricorda il “dente di narvalo” della sua collezione ora nel Museo di Storia Naturale. Un omaggio a Milano, alla sua storia e al museo attraverso due epoche lontane nel tempo. C’è spazio poi anche per progetti aperti al contributo di altre persone, come No Photo di Daniel Eatock: il divieto di fotografare nel museo è segnalato da cartelli di divieto illegalmente fotografati in giro per il mondo e caricati sul suo sito da Eatock, in una sorta di détournemant straniante che dimostra quanto i confini tra azione artistica e graphic design tendano sempre più spesso a farsi labili. Come del resto il gruppo di grafici-artisti milanesi Invernomuto sostiene con forza, segnandolo in calce al proprio spazio: “Il graphic design è uno strumento che ci serve per far precipitare dei mondi”. Non solo. E’ anche qualcosa di più: “Il graphic design è uno strumento per riuscire a vedere cosa accade sotto la superficie della nostra contemporaneità” (Lupo & Burtscher).
E così torniamo all’assunto di partenza della mostra, al graphic design come chiave per ascoltare il mondo, confrontarsi, intervenire per “costruire mondi”. Graphic Design Worlds

a cura di **Alessandra Cigala**

Marco Zagaria

HAPPYCENTRO

A PROPOSITO DI CREATIVITÁ "HOW WE DO IT"

L'etimologia della parola creazione comprende anche la "*crescita*": *crescere, svilupparsi, creare continuamente, trarre dal nulla*.
La *Creatività* è capacità di esprimere un pensiero originale, capacità di vedere nuovi rapporti, di produrre idee e intuizioni insolite che aprono quindi nuovi orizzonti.
La *Creatività* può essere definita come l'attitudine a rompere gli schemi tradizionali di risposta attraverso la libertà.
Noi viviamo in una società che predilige le funzioni logiche mettendo in secondo piano quelle qualità spontanee, intuitive ed artistiche.
I poteri dell'immaginazione, della visualizzazione creativa, della fantasia vanno sempre più atrofizzandosi.
Questo ci deve suggerire un cambio di "*atteggiamento*", un superamento dei blocchi che ostacolano la propria e l'altrui capacità creativa.
In una società come quella di oggi, l'essere *creativi* e *innovativi* nel settore professionale è divenuto un fattore indispensabile per avere buone probabilità di successo e per non essere tagliati fuori dalla concorrenza.
Partendo da questa premessa e avendo apprezzato al *Creativity Day* il loro intervento, abbiamo sentito l'esigenza d'incontrare da vicino Happycentro, studio creativo con sede a Verona, osservando la loro attività e ascoltandoli dal vivo, si identifica, in modo inequivocabile, la loro ricetta per questo esaltante connubio tra creatività e pensiero e creatività e lavoro.
E allora ecco gli ingredienti: fate un mix di *aria fresca, energia creativa, fantasia, compartecipazione ludico espressiva, allegria, senso del lavoro,* unite insieme *conoscenza, comunicatività, saperi* e *umiltà,* e avrete tutti gli ingredienti che caratterizzano questo giovane team di creativi. Possiamo definire il loro un equilibrato connubio che dà al fruitore un senso di *leggerezza*, *allegria* e *coinvolgimento*, alchimie sempre più rare nel nostro mondo iper - tecnologico.
In ogni professione, la creatività e la capacità di *saper innovare* sono molto importanti sia per la crescita personale sia per quella economica della società in cui si lavora.
In generale bisogna tenere sempre a mente che si deve cercare di uscire dalla routine, nemica assoluta della creatività. Scuotere le nostre abitudini, non cadere nello scontato e farsi strada, porre più attenzione sulle cose che ci circondano, e valutare la loro importanza, sperimentare e scoprire nuove cose il più possibile, tenere d'occhio l'ambiente, il passato, il presente e il futuro, per arrivare a ipotizzare nuove soluzioni o rivedere con gli opportuni aggiustamenti *modalità operative espressive*, da qualcuno *erroneamente* considerate obsolete.
Alcune delle idee più geniali sono venute fuori proprio perché si è avuto il coraggio e l'intuito, di combinare idee esistenti con qualcosa di completamente nuovo, per giungere ad un sapiente mix di interazioni.
Impollinare e *lasciarsi impollinare*, questa è la parola d'ordine per stimolare la *Creatività*.

a cura di **Enrico Pusceddu**

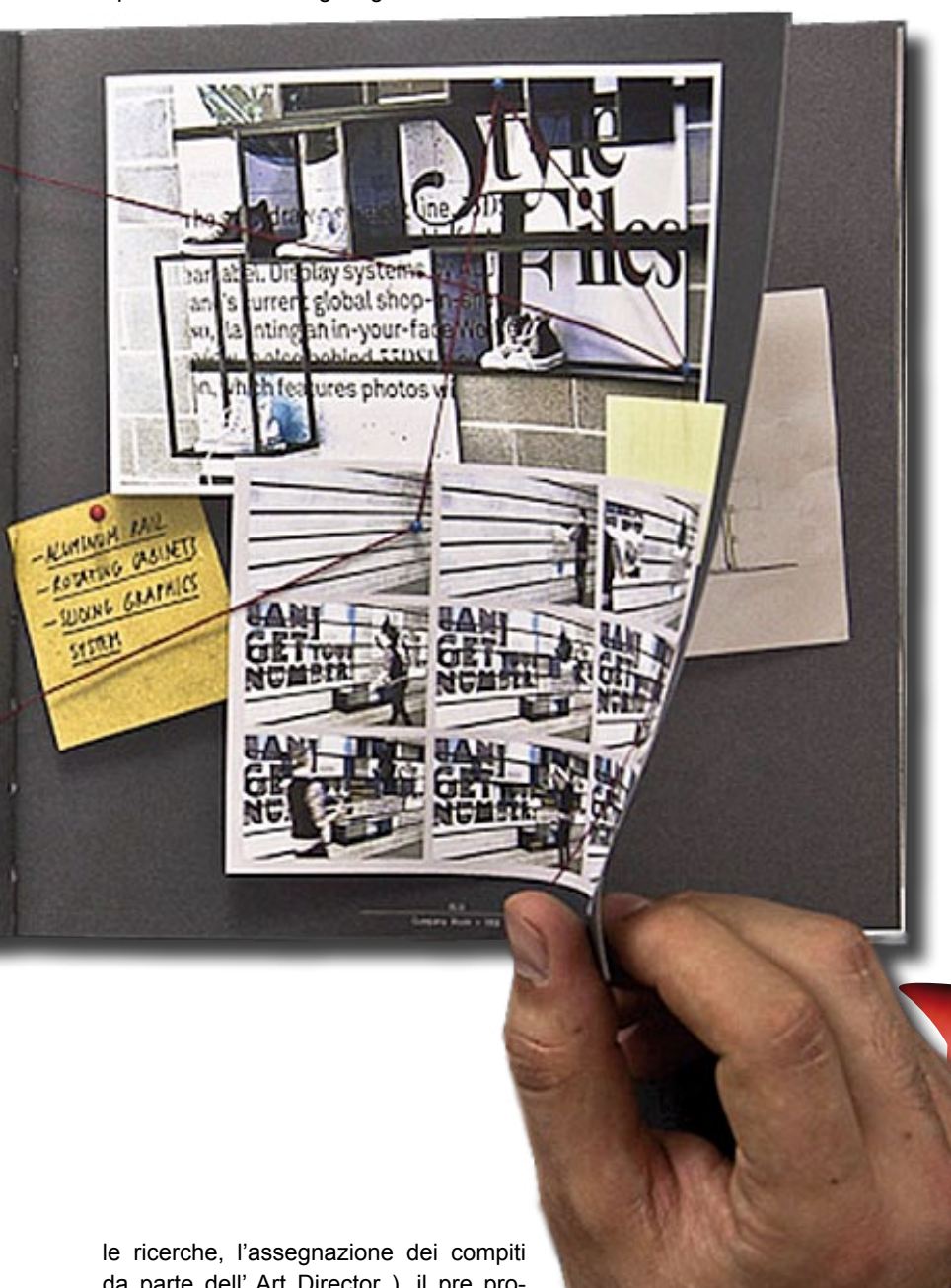
HAPPYCENTRO: L'ORIGINALITÀ E IL METODO FÀ LA ...

Happycentro incontro con Federico Galvani e Federico Padovani.

Sentendoli parlare possiamo dire che la loro parola d' ordine è originalità, il voler ricercare sempre nuove idee, nuove sperimentazioni, l'andare oltre quello che si sà fare e provare qualcosa di diverso, perché la diversità se ben gestita distingue e determina consensi.

Dalla fotografia, alla tipografia, all' illustrazione, al Graphic design, al Video Making, questo studio creativo ha lavorato con piccoli e grandi clienti, dando prova della sua capacità comunicativa e organizzativa perché, si sà, il lavoro del grafico prevede un planning molto rigoroso da rispettare.

Un lavoro che il team rispetta alla grande e che prevede degli step obbligati come il client need (l'incontro con la committen

za), il deadline and estimates (la definizione dei tempi e del preventivo), l'internal brief (il passaggio d'informazioni sul lavoro commissionato dall' Art Director al team), l'inspiration moodboard and assignment (lo sviluppo del processo lavorativo attraverso intense fasi di ricerca sui libri sul web e su quant'altro possa stimolare, generare idee.
E poi l' isolamento degli argomenti e del

le ricerche, l'assegnazione dei compiti da parte dell' Art Director), il pre production (l' organizzazione dei software quali Photoshop, Illustrator, InDesign, Dragon, Final Cut, Ableton live, Blender o iTunes), il client approval (presentare l' idea al cliente e avere la sua approvazione), il project development (lo sviluppo del lavoro commissionato), il delivery (la consegna del prodotto finito al cliente), il rearrange (il riordinamento dello studio al termine del lavoro eseguito) e infine il

... DIFFERENZA

payment, ovvero il pagamento.
Tutte queste tappe, così presentate dal team, riassumono a livello schematico il processo di un lavoro lungo e faticoso, fatto di ricerca, sperimentazione e confronti con clienti e agenzie sempre più esigenti ma resta un lavoro che, se eseguito rispettando tempi e consegne, diventa davvero stimolante e gratificante. Ad oggi il team continua ad operare a Verona, tenendo fede a una tradizione creativa che si avvale dell'equilibrato accordo tra manuale e digitale, Il risultato è un prodotto che non è mai scontato e una crescita professionale in continua evoluzione, fatta per chi, come Happycentro, non perde l' occasione di mettersi in gioco.

a cura di **Manuela Zaccaria**

www.happycentro.it

PERSONE NORMALMENTE ECCEZIONALI

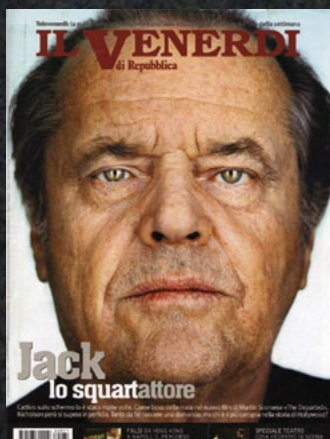
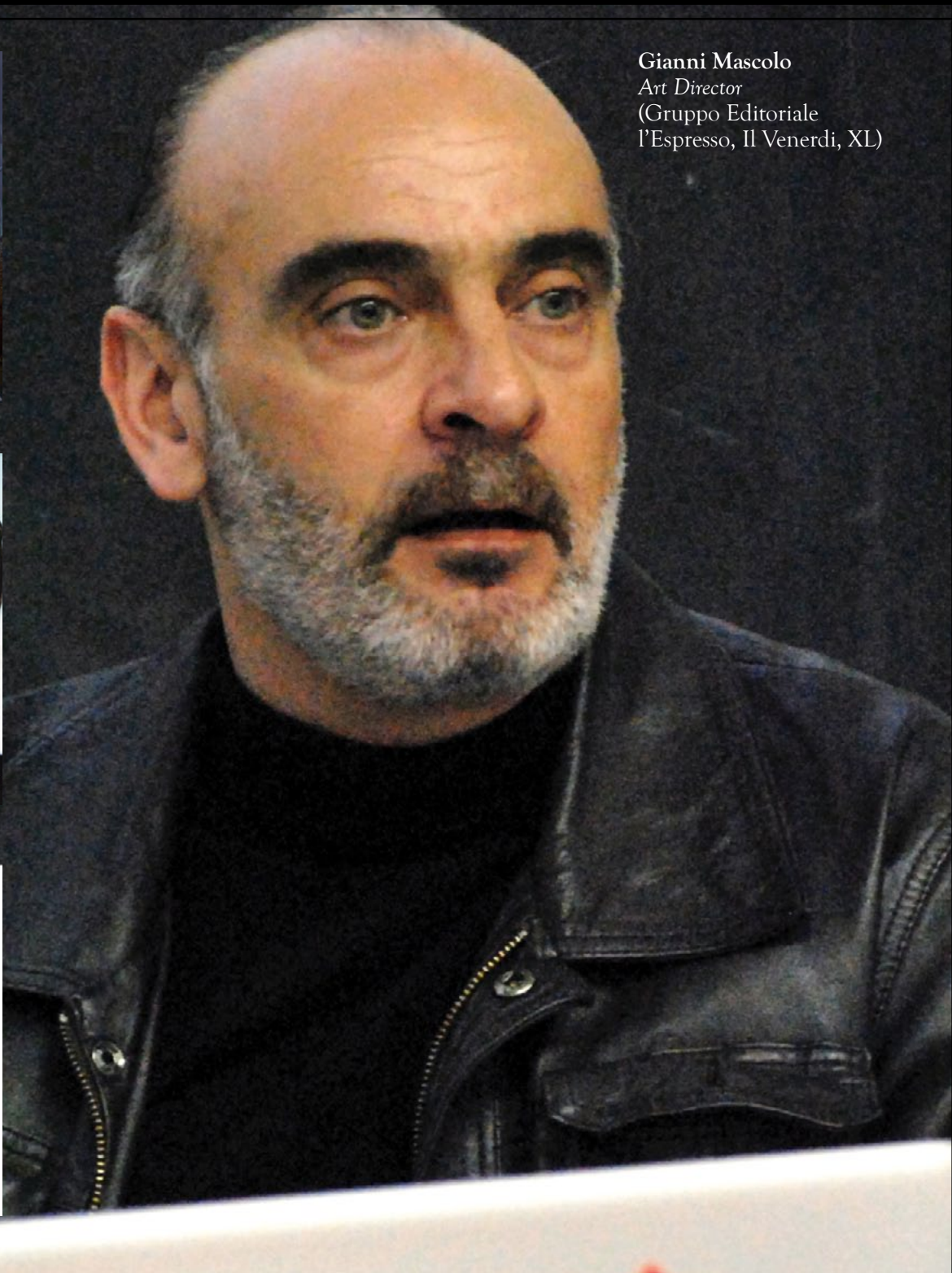
VIAGGIO NELLA GALASSIA DI TRE PROFESSIONISTI DEL PANORAMA GRAFICO ITALIANO. ABBIAMO INCONTRATO, ASCOLTATO ED APPRESO LE NOZIONI DI MARCO CENDRON, FLAVIO DIONISI E GIANNI MASCOLO: ART DIRECTOR AFFERMATI CON STORIE, OBIETTIVI E PERCORSI DECISAMENTE DIVERSI… MA PROFONDAMENTE SIMILI FRA DI LORO.

TESTO: ***Francesco Mazzenga*** FOTO: ***Stefano Sehimi/Maira Fucci***

Nell'ambito dell'anno accademico 2010/2011, all'interno dell'Accademia di Belle Arti di Roma, il Dipartimento di Grafica Editoriale ha avuto la possibilità, fra i vari incontri con i professionisti del settore, di conoscere alcuni fra i più quotati personaggi del design e dell'editoria mainstream. Grazie all'impegno della nostra Scuola (Design per l'Editoria) e grazie all'importante collaborazione dei Coordinatori del Dipartimento, Proff. Enrico Pusceddu e Andrea Attardi, siamo riusciti a realizzare alcuni incontri formativi in ambito didattico/professionale.
Fra questi, in 3 tornate diverse, i ragazzi hanno avuto la possibilità di conoscere Art Director di diversa formazione/cultura grafica come Gianni Mascolo (gruppo "L'Espresso"), Marco Cendron (ex "Editrice Quadratum", attualmente gruppo "Condé Nast") e Flavio Dionisi ("La Nuova Frontiera", "Caravan Edizioni"). Tutti di "natura" e stili completamente diversi, hanno cercato di illustrare le dinamiche, gli squarci e, se vogliamo, le varie scappatoie della nostra professione, grafico editoriale, soprattutto all'interno di un team redazionale e del prodotto magazine. Qui ho la preziosa opportunità di raccontare brevemente questi interventi, dove gli studenti sono stati attori&spettatori diretti.
Primo in ordine cronologico, sabato 29 Gennaio 2011, ha visitato la nostra sede in Via di Ripetta, Marco Cendron. Attuale Art Director di GQ Italia ma all'epoca dell'incontro, ancora in corsa con la famosissima testata di Rolling Stones. Trevigiano, diplomato come Grafico Pubblicitario, Cendron comincia a lavorare a Treviso per diversi studi grafici (tra cui Barazzuol e Giacometti) per cui si occupa principalmente di prodotto e comunicazione per clienti come Benetton, Stefanel e Michele De Lucchi. Si occupa poi come Art Director della sezione comunicazione del marchio di abbigliamento Gas, per cui realizza il suo primo progetto editoriale curando i primi due numeri della rivista The MaGasine. In seguito si trasferisce a Milano dove si dedica alla grafica editoriale lavorando alla rivista musicale BlowUp, curandone il restyling della veste grafica. Entra in contattato poi da Maxim in qualità di responsabile grafico ed in seguito come Art Director. Ha curato, inoltre, il restyling grafico ed editoriale delle guide Zero occupandosi anche dell'immagine della casa editrice. Attualmente si occupa di progetti grafici per periodici, oltre ad una collaborazione con la sezione libri di Mondadori per il design di copertine e collane.
La settimana successiva, grazie alla sua flessibilità e ad un'amicizia ritrovata dopo i tempi passati proprio in Accademia, è stata la volta di Flavio Dionisi. Classe 1974, vive e lavora a Roma. Ci racconta in prima persona che
"…dopo qualche anno speso inutilmente nella Facoltà di Sociologia della "Sapienza" a cercare di capire perché va così male il mondo, si diploma in pittura presso l'Accademia di Belle Arti di Roma dove, tra le cose che ricorda più volentieri, ha frequentato un corso multimediale sperimentale e, attraverso un lungo stage presso il museo Pigorini, agli ordini del suo "senpai" Gianfranco Calandra nella sezione editoria e grafica, ha finalmente capito cosa voleva fare da grande. Da allora si dedica con inevitabili alti e bassi all'arte di accostare con giudizio testi e immagini.

Dopo due anni di "apprendistato selvaggio" in agenzia pubblicitaria ne ha abbastanza di: flyer, brochure, loghi, composit, teaser, 6x3, discoteche, campagne elettorali, eccetera; prende un bel respiro e fa il salto nel più asfittico mondo dell'editoria dove, dopo vicende alterne, lavora con piacere da circa cinque anni occupandosi prevalentemente di copertine e collane, tra restyling e progetti originali. In forza a la Nuova Frontiera e Caravan edizioni, non gli dispiace che sul suo biglietto da visita ci sia scritto art director, ma lo mostra raramente e con umiltà. Per curiosi casi della vita
riesce a spezzare la routine grazie ad una collaborazione con un comune della costa azzurra equidistante da Nizza e da Cannes per cui cura la promozione culturale progettando volentieri manifesti e brochure per il locale museo d'arte moderna e contemporanea."
Ultimo, ma forse l'incontro che più ha entusiasmato i ragazzi, il 19 febbraio è stata la volta di Gianni Mascolo. Romano, appassionato fra l'altro di architettura e fotografia, si diploma all'Istituto Europeo di Design. Il suo percorso professionale è tutto interno a "Repubblica", culminato con la progettazione del nuovo giornale a colori e l'attribuzione del ruolo di Art Director sotto la direzione Scalfari. Cura per il gruppo diverse collane multimediali e lo studio e progettazione di un quotidiano parigino in collaborazione con "El Pais" e "The Indipendent". Dal 1996 lascia il quotidiano per assumere, sempre come Art Director, la responsabilità del "Venerdì" e "XL" e di altri supplementi di "Repubblica". È stato Art Director dell'edizione italiana del "National Geographic".
Parlare della professionalità di questi colleghi mi risulta non solo faceto all'inverosimile, ma anche alquanto inutile. Alcuni di loro hanno formato la linea grafica italiana degli ultimi anni e tutt'ora consentono al design editoriale di compiere passi da gigante rispetto al panorama inter-

Marco Cendron
Artdirector (CQ)

nazionale.
Raccontare le emozioni di quelle giornate risulta complicato già dalle prime righe anche per me, ma l'obiettivo che mi ero prefissato (e che spero di aver portato a termine) era quello di far entrare all'interno del "tessuto" accademico, la realtà necessaria e conforme al progettista di design per l'editoria, soprattutto quella mainstream: in quanto cosciente che, il futuro per alcuni allievi dei nostri corsi, sarà proprio l'apporto ad un certo tipo di settore. Per quanto sia grato a questa realtà universitaria per quello che ha fatto anche con la mia persona, fin dall'inizio di quest'avventura, ho percepito la viscerale necessità di dover coniugare al consueto supporto di Arte visuale anche la pragmaticità della realtà lavorativa, quindi professionale. La migliore (e più impattante) soluzione che ho trovato è stata proprio quella di invitare colleghi "di grido", che potessero raccontare l'esperienza diretta sul campo e dare al nostro Dipartimento, nello specifico al Design Editoriale, una ulteriore spinta e un prestigioso know - how.
Proprio per queste motivazioni, Cendron, Dionisi e Mascolo, si sono prestati al gioco e hanno sottratto tempo prezioso ai loro interventi, per dedicarlo al semplice racconto di come hanno cominciato la loro carriera professionale, quali sono state le emozioni ricorrenti, quali gli errori e perché…
Per questo abbiamo appreso in religioso silenzio (a volte interrotto solamente da fragorose risate), che un giovane Marco (Cendron) è partito dalla sua Treviso "…con la classica valigia di cartone alla ricerca di fortuna in quel di Milano" comprendendo fin da giovane che per il mestiere che si era prefisso di raggiungere, l'unica meta ragionevole (considerando la sua regione natìa) era la capitale economica italiana. È stato educativo capire come mai si fosse appoggiato per mesi e mesi ad un amico (logisticamente parlando) e avesse addirittura rinunciato, strada facendo, all'affetto di un sentimento personale per il trasferimento fuori dalla Milano ormai conosciuta, seguendo l'azienda che gli avrebbe dato la possibilità di sviluppare la sua professionalità. Ed è solo l'inizio di un percorso spesso traballante e particolarmente accidentato per uno degli avventori della "griglia a vista" della grafica italiana…
È stato invece sorprendentemente disarmante per i ragazzi della nostra facoltà, apprendere che l'affermato Art Director Flavio (Dionisi), abbia iniziato un percorso proprio grazie ai consigli e alle possibilità di uno stage offertogli tramite l'Accademia di Belle Arti. Persona estremamente riservata ma eclettica allo stesso tempo, Flavio ha incantato i ragazzi spiegandogli come si è destreggiato arrivando all'editoria libraria, passando per la comunicazione pubblicitaria (suo primo amore). Entusiasmante è stato apprendere il notevole sforzo di ricerca iconografica (prima ancora che grafica…) serva al progettista di cover di libri, sapendo perfettamente che la sua sfida non avrà ulteriori prove o rivincite, come può sfruttare un Art di un periodico, in quanto, la sua scelta determinerà per sempre "il volto" di quel prodotto, escluse ovviamente ristampe, riedizioni etc.etc.
Forte invece della sua posizione ormai consolidata, il nostro Gianni (Mascolo) è stato subito felice di poter collaborare con la nostra istituzione (fin dal mio primo colloquio con lui "on the road" verso la redazione de "Il Venerdì", al termine di una delle sue conferenze in una scuola di grafica), regalandoci enormi pillole di saggezza e, con la "dura ironia" che lo contraddistingue, ci ha accompagnato in un viaggio che è iniziato grazie alla sua passione per la grafica e la fotografia.
La sua "intro" iniziale per esempio, è stata quella di mostrarci un breve corto sulle immagini e gli ambienti che lo circondano normalmente e chiedere ai ragazzi, quale fosse il loro punto di riferimento, la propria rivista principe, il punto di arrivo o che attualmente sognano… Questo per spiegare, partendo da un input, che qualunque cosa, si raggiunge grazie ad una forte passione. Una passione fatta comunque di (tanto) sangue e lacrime ed un enorme (e continuo) bagno di umiltà.
Bagno di umiltà che è stato più volte ripreso ed illustrato da Marco, mentre

Gianni Mascolo
Art Director
(Gruppo Editoriale l’Espresso, Il Venerdi, XL)

dipingeva ai ragazzi, l’enorme pazienza e volontà che si accumula nell’editoria, lavorando per mesi e mesi, fianco a fianco, con Direttori o giornalisti, che non comprendono ancora, dopo anni, l’importanza che, il più delle volte, ha l’impatto grafico rispetto alla parola scritta. Questo, ci illustrava, porta ad estenuanti, per quanto logorroiche, continue lotte intestine penosamente ridondanti, con persone ormai stanche della professione e che, comunque, non mollano ne molleranno mai il proprio dominio all’interno di realtà più o meno importanti. Spesso è proprio questo il futuro che ha prefigurato ai ragazzi che lo ascoltavano basiti.
Perché, come Gianni e Flavio hanno evidenziato, pur se in ambiti editoriali leggermente differenti, il dover argomentare il proprio lavoro davanti a persone che non hanno la minima voglia di mercanteggiare ne indietreggiare di un’unghia la propria convinzione, ha portato a far comprendere ai ragazzi l’importanza del bagaglio culturale da acquisire. Ciascun “genio provetto della grafica” è stato smontato dai tre esperti, rispetto alla capacità di argomentare una qualsiasi scelta progettuale. Aprendo una parentesi, queste sembrano (e forse lo sono) banalità, ma spesso ho ascoltato i ragazzi pormi problematiche relative al software da studiare o al carattere da accostare per un eventuale lavoro. Ma non ho mai avuto richieste su mostre da ap-

Flavio Dionisi *Art Director*
(“La Nuova Frontiera”, “Caravan Edizioni”)

prezzare, concerti o musica in genere, riviste da sfogliare, film da guardare, luoghi da visitare… Come se tutto fosse sconnesso dalle loro scelte, quando invece, come dimostra una buona scelta grafica (ulteriormente sottolineata dai nostri esperti in questi incontri…), il completo bagaglio che ognuno porta dentro di sé, fa da bussola all’intero lavoro progettuale.
Le situazioni anche divertenti non sono mancate debbo dire. E conoscere un Art Director di Rolling Stones che candidamente scopriamo aver ricoperto un ruolo per successione (“taglio” dell’Art precedente…) e non poter mai aver ridisegnato comunque, alcune rubriche, ha dato una semplice nota di umanità, oltre che di ilarità. Ma come ho già detto di persona a molti studenti (e in questa sede mi sento di sottolinearlo più volte…), la fortuna non c’entra mai in queste situazioni: essere al posto giusto al momento giusto non è una casualità... Non meno divertente scoprire un Mascolo che viene notato niente meno che da Eugenio Scalfari, nella sua minuta scrivania da giovanissimo (con imitazione al seguito, impagabile!). Oppure, per rompere il ghiaccio, il semplice racconto di un Dionisi bambino che viene ripreso da una suora, come debolezza per essere sempre il classico “personaggio fuoriposto”. Debolezza che è stata poi trasformata in forza.
Infine notare, come professionalità simili e dissimili fra di loro, possano avere linee guida differenti o guardare il mondo e la loro professione anche in maniera diversa, ad esempio il rapporto con i nuovissimi media emergenti, come gli iDevice. Per Mascolo ancora una moda che non deve distrarre dall’importanza della progettualità su carta, che detiene ancora lo standard di diffusione. Per Cendron una delle tante opportunità che può esser colta ma con un occhio ancora alle lacune e ai “buchi”da edicola tipicamente italiani. Per Dionisi una indispensabile forma di editoria che non potrà non essere affrontata nell’immediato dall’editore (imprenditore) scaltro. Se non altro uno scambio di idee e un punto di partenza per i ragazzi, sempre pronti a cogliere l’opinione del momento dall’esperto di turno, ma in questo caso, la sfida per loro stessi è tutta da giocare.
Per chiudere questo viaggio che ha coinvolto me e gli studenti (oltre che alcuni colleghi che approfitto per ringraziare per la loro preziosa presenza…), credo che la più importante lezione emersa da questi incontri, sia stata la possibilità di ascoltare delle storie di persone “normalmente eccezionali” (sottolineo il contrasto intrinseco), che ci hanno dato una enorme prova di umiltà e bontà. L’aver mostrato il proprio lavoro privato, e, come giorno dopo giorno riescano a svolgerlo al meglio nonostante mille e più problemi, è solo la punta dell’iceberg che pervade il mare magnum della professione grafica. La fatica per cercare di riuscire seriamente, non è contemplabile in molti altri ambiti, me ne rendo conto io per primo. Con il concretizzarsi di questi incontri e, in futuro, con altri che verranno (tutti ce lo auguriamo), cercheremo di formare il maggior numero di persone per affrontare l’enorme sfida che la nostra professione, di grafico editoriale, ci pone giorno dopo giorno. ■

EQUIPèCO

trimestrale di ricerca e documentazione artistica e culturale

"EQUIPèCO, più domande meno definizioni". Questa è la filosofia di una rivista che da sempre si è imposta di ampliare l'orizzonte artistico e culturale italiano. Nata on-line, in stampa nel 2004, attenta alla creatività, al talento e all'avanguardia, EQUIPèCO ha voluto assumere in questi anni, il ruolo di un forte mezzo comunicativo che avvicinasse autori e lettori al mondo dell' arte a 360°. Una rivista, senza dubbio, di ampio respiro, che anche attraverso le sue collane editoriali, tra le quali ricordiamo quelle riguardanti la Ricerca, la Documentazione e ultima nata la "Poesia" spazia in vari settori dedicati alla ricerca, alla documentazione delle arti visive, delle scienze, della letteratura, della sociologia, con un occhio attento e consapevole al gran contesto della comunicazione; da sottolineare l'opportunità e il dialogo che ha instaurato EQUIPèCO con giovani autori dando loro la possibilità di trovare un proprio spazio comunicativo e vedere pubblicate le proprie opere tra le pagine di un progetto cartaceo e multimediale, che ha voglia di dialogare con nuovi linguaggi, nuove forme di espressione e tutti i mezzi artistico-culturali messi, oggi, al servizio della gran comunicazione. Era solo il 1996 quando EQUIPèCO cominciò a prendere vita sul web, grazie ad un team di architetti quali Riccardo Candeloro, Paolo Cuttica e Giuseppe di Giamberardino dello Studio Associato di Roma; solo un anno più tardi venne ideato il progetto della rivista che, affiancato dall'iniziativa "EQUIPèCO Art for Internet", ha costituito il dualismo vincente della moderna comunicazione per l' arte. EQUIPèCO, infatti, ha proposto un'opera che si esprimesse non solo attraverso le parole ma anche attraverso le immagini, i suoni e le animazioni

e che fosse libera di circolare in rete per il semplice ed unico compiacimento di chi crea l'opera e di chi la osserva; un successo garantito, una nuova idea d'informazione e d'indagine che ha reso l'arte interattiva e alla portata di tutti. Di seguito l'intervista all'Editore e Direttore responsabile di EQUIPèCO, Carmine Mario Muliere, che ha visto nascere questo spazio espositivo contribuendo, tutt'ora, alla sua continua espansione.

Come direttore di EQUIPèCO ha certamente potuto riscontrare i cambiamenti e gli sviluppi di questo progetto. Quali sono stati, a suo avviso, quelli più significativi? *Secondo me abbiamo ottenuto quello che si era previsto all'inizio. Certo il passaggio dall'italiano al bilingue è stato fondamentale. Graficamente il progetto è partito come formato A4, rispettando la tradizione, quindi un'impaginazione classica e pratica a livello di studio, ma questa tipologia d'impaginazione non consentiva un agevole inserimento del testo a fronte, per cui il formato via via si è ingrandito. A livello di contenuti l'idea è rimasta immutata, è ancora attuale ed è aperta alla valutazione delle proposte esterne che hanno un'ampia possibilità di essere pubblicate. Équesto il principio, il principio artistico di libertà, altrimenti non vi è alcuno scopo che ne possa consentire l'esistenza.* EQUIPèCOArt for Internet, ritiene che l'opera d'arte interattiva di EQUIPèCO si possa definire come un nuovo modo d'intendere l'opera d'arte stessa? *Agli inizi si pensava che mettere un'opera d'arte sul web significava automaticamente far diventare quell'opera solo e unicamente arte per internet, invece, grazie al nostro progetto, l'internauta ha potuto interagire con l'opera d'arte attraverso una serie di meccanismi logici che si dovevano necessariamente sbloccare per poter vedere l'immagine. L'opera interattiva, a mio avviso, è comunque valida perché non sei passivo.* Quanti anni ha EQUIPèCO? Da quanto convivono la soluzione multimediale e quella cartacea? *Siamo al quindicesimo anno della soluzione multimediale, quella stampata è arrivata ormai all'ottavo anno grazie alle nostre collaborazioni. Adesso stiamo in fase di aggiornamento e ci potrà essere ampio spazio per chi ha voglia di collaborare ancora con noi.*

Pensa che EQUIPèCO sia un progetto in espansione? Ritiene che un pubblico sempre più giovane di artisti esordienti possa collaborare a questo progetto? *Quando lasciarono a me il compito di dare un nome alla nostra iniziativa, sapevo che se avesse funzionato il senso e il contenuto di ciò che essa voleva trasmettere, allora avrebbe avuto il successo sperato, in caso contrario il progetto non avrebbe avuto modo di esistere.* Come è stato finanziato il progetto EQUIPèCO? *Mi dedico all'arte e all'editoria. La mia occasione l'ho avuta quando mi hanno dato la possibilità di lavorare in uno spazio che mi era stato messo a disposizione, inserendovi i miei lavori e le mie opere. Spesso ti chiedi come artista quanto tempo sia necessario per realizzarti. Quando mi hanno chiesto se avevo mai pensato di riprodurre la rivista anche in formato cartaceo io ammisi che non ci avevo mai pensato fino a quel momento; il progetto, infatti, nasceva per il web. Così preparai il progetto con l'aiuto di amici e collaboratori. Ad oggi posso dire che nulla è impossibile per chi ha voglia di realizzare quello in cui crede.*

a cura di **Emanuele Zaccaria**

Un'iniziativa intesa ad accogliere molteplici opinioni sull'**I**nsegnamento dell'**A**rte

Oltro senz' altro

Una *lectio magistralis* di Massimo Donà all'Accademia di Belle Arti di Roma

Nell' affrontare l'*avventura senza fine* di insegnare l'arte, si rintracciano indizi che stimolano interrogativi su *"chi ha paura dell'Accademia".* Da qui l'urgenza di affrontare fino in fondo la questione più centrale presente nelle scuole d'arte: quale senso dare a questa imprescindibile attività dell'Accademia. Un importante contributo lo ha reso Massimo Donà nella Sala Colleoni dell'Accademia di Belle Arti della capitale dove ha coinvolto i presenti in una vivace conferenza.

L'incontro con il filosofo fornisce lo spunto per osservare più attentamente le opportunità didattiche che possano essere spese in Accademia. Infatti nel suo interessante panegirico sulle dinamiche della produzione d'arte, Donà ci convince che l'azione artistica è consegnata direttamente dalla natura del "fare" *(poiesis)* dove ciò che conta è così *e semplicemente* il "fare".

I risultati che si ottengono ogni volta sono il superamento dello "stazionare" precedente, nella consapevolezza che ogni volta c'è il superamento (negazione) di ciò che è già fatto, anche se ne riconosciamo la perfetta conclusione, non è assolutamente la stratificazione della conoscenza.

Donà: *«Insomma, la questione che l'arte - nell'accezione*

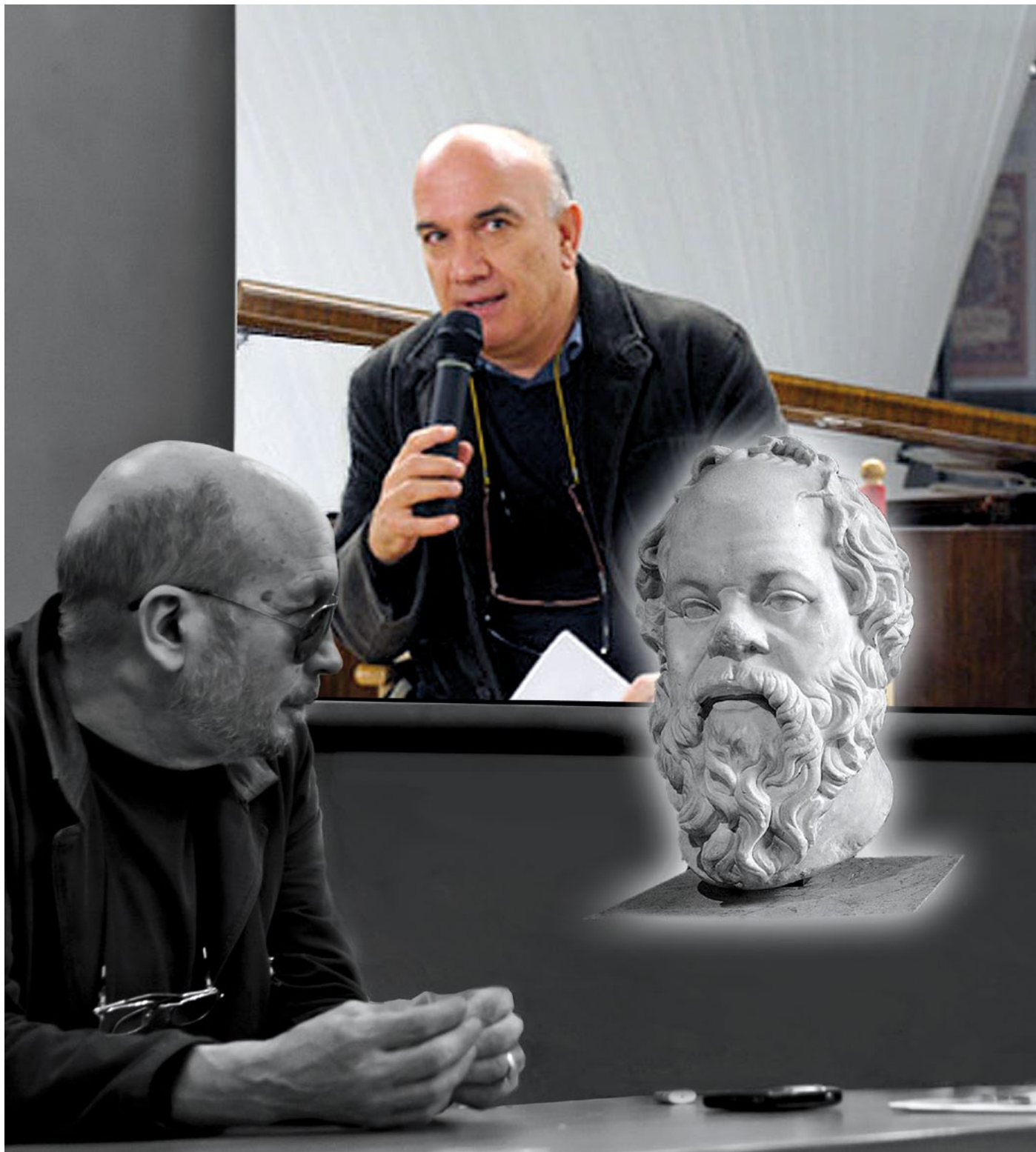
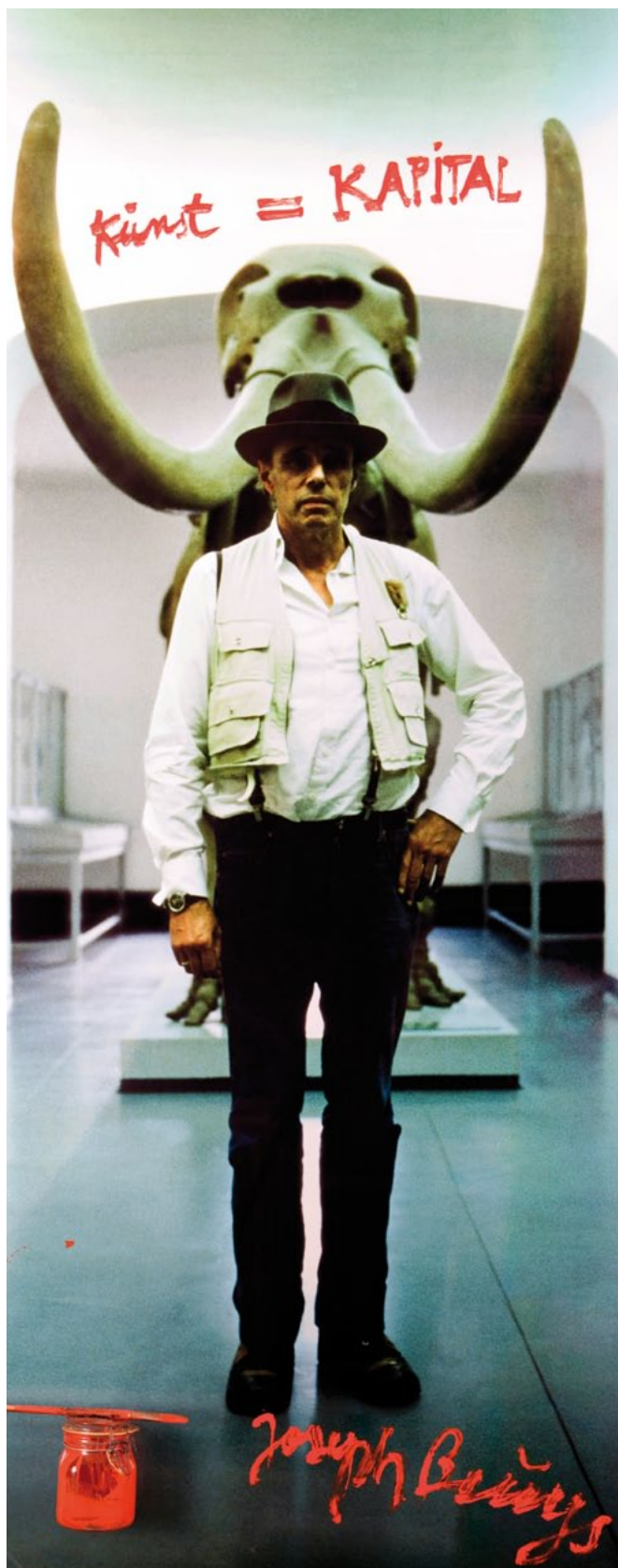
che essa viene ad assumere nella modernità (in relazione a ciò che tutti noi ormai intendiamo per 'arte') - diventa: cosa si insegna quando si insegna arte? Qual'è cioè il compito e la funzione dell'Accademia? E poi: sono le Accademie del nostro tempo consapevoli dell'aporia che pesa sempre e comunque sulla loro esistenza, e costituisce la radice ineliminabile di ogni loro scelta operativa, strutturale nonché progettuale?»

Le considerazioni che se ne possono trarre sono tutte fruttuose ed esortano a rintracciare quali siano le linee didattiche presenti nelle Accademie d'arte. Intanto serve verificare se il punto in cui si costituisce il dibattito sia concreto e non svolto in quelle solite virtualità dove si polemizza senza nessuna attinenza al vero problema. Non è raro trovarsi impegnati dentro un percorso retorico dove la cosa efficace da fare sarebbe accertarsi se nel bivio precedente abbiamo imboccato la direzione giusta. Se il tragitto non è quello appropriato, armiamoci di coraggio per riprendere la direzione conveniente; alcuni pigramente direbbero che questo è tornare indietro.
I problemi hanno una loro origine e osservarli dal giusto punto non ha nulla di stravagante. Infatti questa pigrizia di stazionamento è la causa-prima che induce alla polemica. In primo luogo riscontriamo la presenza sempre più numerosa di persone che pretendono un "qualcuno che faccia per loro", riducendo il fondamento montessoriano che riconosce al singolo "fanciullo" il diritto al *sei-tu-stesso-a-fare!*, ad un fuorviante *fai-quello-che-vuoi!* Non a caso questa formula è diffusa già nell'ambito familiare dove la figura della "mamma timorosa" scansa le "pesanti" fatiche al "fanciullo", eliminandogli così ogni sensazione adrenalinica quando si trova di fronte alla riuscita del suo "fare". Tutto questo compromette irrimediabilmente la sua crescita.
Così capita anche nell'esperienza didattica quando il docente giustifica ogni fare costringendosi a valutare fin dall'inizio lo status quo di ogni singolo studente. L'attuale sistema sociale potrebbe giustificare nei genitori questo atteggiamento, per la loro mancanza di tempo e ahimè, di idoneità; non è utile certificare lo stato dello studente così come è, eliminandogli la sana *curiositas* di un progressivo e stupefacente "fare" - che è costitutivo dell'arte. È nello scoprire - ogni volta - un *altro* risultato che si mette in gioco la *formazione*, così si spinge anche il pedale della *trans*-formazione: *dopo*-*è*-Altro-*da*-*prima*. Insomma lo spontaneismo è un tesoro da spendere e non da ostentare una volta per tutte.

In questo *primo sistema* didattico il docente interpreta con giudizio immediato la manifestazione di sé (dello studente) fin dal primo approccio. È un inno al *buon selvaggio* dove la classificazione in "caste" differenziate si risolve in chiave spontaneistica, individuabile in ogni singolo caso.
Con questo andamento si classificano anche le diverse razze, i talentuosi vengono distinti dai diversi gradi dei "normodotati"; ai primi si affibbia la previsione di un successo professionale, così, a prima vista. Gli strumenti di questi giudici sono ovviamente soggettivi ma il risultato, tra le differenze, contiene un denominatore comune: nessuna dinamica didattica (e quindi professionale). In altri termini la ripetizione della "formuletta del talentuoso" giustifica il futuro e così *va-bene-quello-che-sei- già-adesso.*

Un *secondo sistema* lo riscontriamo con aspetti più strutturati. Abbiamo a disposizione un maestro che consegna direttamente il suo sapere proprio all'interno della bottega. Un tempo l'artista aveva una propria bottega frequentata da giovani apprendisti che dal maestro imparavano, appunto, le tecniche e a loro volta le tramandavano. Una vera e propria tradizione di pratiche e di conoscenze specifiche, di "trucchi del mestiere", di accortezze… che costituivano nel loro insieme il "sapere" dell'artista.
Questa concezione tecnicista pare sia la più diffusa in chi insegue l'ambizione di diventare artista. Ovvero insiste la richiesta di conquistare esperienza tecnica che il maestro possiede totalmente e che, auspicabilmente, potrebbe concederla. Il maestro "che vale di più", (*magistrum, magis "più"*) non può essere servitore (*minister, minus* – "che vale di meno") di nessuno; allora nasce il corto circuito tra l'esigenza di soddisfare quella libertà di espressione tecnica anelata dall'aspirante artista e la bramosia di acquisizione della tecnica trapassata dal maestro - che non può essere da meno.

La conferenza di Massimo Donà puntualizza la questione che l'arte è tecnica ma non una tecnica qualsiasi. L'arte può essere insegnata, ma l'insegnamento non garantisce in alcun modo il risultato. È il momento di considerare se siamo ancora in tempo a scrutare il bivio prima di iniziare a rigurgitare i dibattiti; scopriamo se sia possibile esplorare un percorso che dia l'inizio ad una rotta dove sperimentare un *terzo grado* di espressione didattica, quello dell'esperienza dialettica e relazionale.
I due *soggetti* (docente e studente), dalle rispettive posizioni, individuano l'*oggetto* che si palesa e avviano assieme un lavoro relativo all'*oggetto* per sciogliere gli ostacoli che non permetterebbero la manifestazione dello scarto che esiste tra i soggetti ed il mondo stesso. Nello scarto si costituisce il racconto dell'esperienza il quale viene tradotto con tecniche specifiche, da individuare mentre si effettua il "fare". Il rapporto che si crea tra docente e studente, non è quello di un giudice che valuta la spontaneità posseduta da un certo soggetto, né tra maestro e discepolo, ma è quello intriso di consapevolezza. Partendo dalla constatazione che per imparare a nuotare occorre entrare in acqua, è altrettanto vero che per riuscire a fare pratica nel campo della propria ambizione bisogna entrarci.

Sciogliere l'opacità creata dallo spontaneismo permette di "*inte*-leggere" (*intellegére = legere* scegliere; *inter* fra) i fenomeni che il mondo possiede, così si da mettere in luce le problematiche che ogni volta si presentano. La manifestazione visibile che possa addurre soluzioni ai problemi che si presentano al momento è nella sostanza stessa dei problemi, da cui si ricavano gli elementi specifici; non è credibile che la "soluzione" sia tassonomica o sia ripresa da un repertorio di esperienze passate. Dunque solo "inumiditi dall'acqua" si sintetizza la soluzione: è nella fattispecie che si costruisce il caso smisurato, al di fuori della misura (e della maniera).
Solo togliendo i paraocchi riduttivi, che non farebbero leggere i dati inediti posseduti dal caso in esame, sarà possibile affrontare le questioni. Potrebbe sembrare una disapprovazione del sistema epistemologico e in qualche misura lo è: non è credibile dare vita allo sviluppo poietico senza che sia stato avviato il processo estetico - che nasce dalla percezione delle cose che possiedono un senso che detta l'uso dei nuovi significati. In ultima analisi potremmo affermare che un problema si scioglie addentrandosi allo scopo di recuperare quei fattori che giacciono nella propria radice; allora che la soluzione sia "sciolta da" - *solutus ab*, la si evince constatando che è *altro* dagli assolutismi - *ab solutus*. Insomma, solo allontanandosi dalla base di partenza e, mantenendo il passo, si riscontra l'*intelligenza* che scorge *altro*: la consapevolezza di fenomeni poco prima incogniti la si assume solo dopo aver intrapreso la strada.
Quindi è sul "metodo" che occorre effettuare una

riflessione, verificare che sia valido per concedere senso all'aspirazione di artisticità. Il termine stesso *metodologia* già contiene alla radice la descrizione del processo, del mezzo, dell'espediente messo in opera… in vista di uno scopo in base al quale si svolge un'attività, sia teorica che pratica. Difatti abbiamo a che fare con il percorrere, il transitare "oltre" (*metà*) il luogo della "via" (*hodòs*) per riuscire a fare le opportune "riflessioni" (*lògos*) da considerarsi proprio sul quel processo avviato.
La metodologia offre, in sintesi, la "via-che-conduce-oltre". È la ricerca!

Per dirla con le parole di Donà: « *Facendo così dell'allievo un possibile nuovo creatore e del maestro il misterioso tramite di tale intraducibile 'eccedenza'… – la stessa che né l'uno né l'altro dei due attori chiamati in causa possono comunque pretendere di oggettivare e tradurre in un codice universalmente intersoggettivizzabile*» sarà possibile accertare il fenomeno della creazione artistica che è e sarà sempre un misterioso *altro*, senza legarlo ad un prevedibile *altro*.

La natura si rinnova ed è trasgressiva - NOLENTE si ri-trova sensibilmente, ogni volta a "*tra-dire*" quel "*dire*" generato dall'osservazione precedente. L'uomo che NOLENTE (infatti se ne accorge solo dopo!) produce il risultato generato da questo rimescolio delle "cose della *phisis*" - si arricchisce di ulteriore senso, che poi è l'opportunità di dettare *altro* uso al significato d'insieme. Dunque trovandosi ogni volta ad essere arricchiti ed esuberanti dallo stupore della scoperta, nasce l'irrinunciabile esigenza di entrare in relazione con il gioco della *civis*, "per-*donare*" al pubblico l' eccedenza che si genera senza sosta.
Al contrario la pallida trasgressione provocatoria - VOLENTE - viene preconfeziona a monte. Suvvia!, non si ha nessuna sorpresa nel vedere le conseguenze di una "trasgressione annunciata", ed è anche noiosa! Che meraviglia venire colti dallo stupore nel trovare i risultati dell'inaspettato …della "s-coperta" bizzarra del risultato della ricerca.
È l'*Altro* ancora, prodotto dell'Arte.

a cura di **Carlo Bozzo**

FUORI DI L'ARTE

A CURA DI **ENRICO PUSCEDDU** E DI **EMANUELA ZACCARIA**

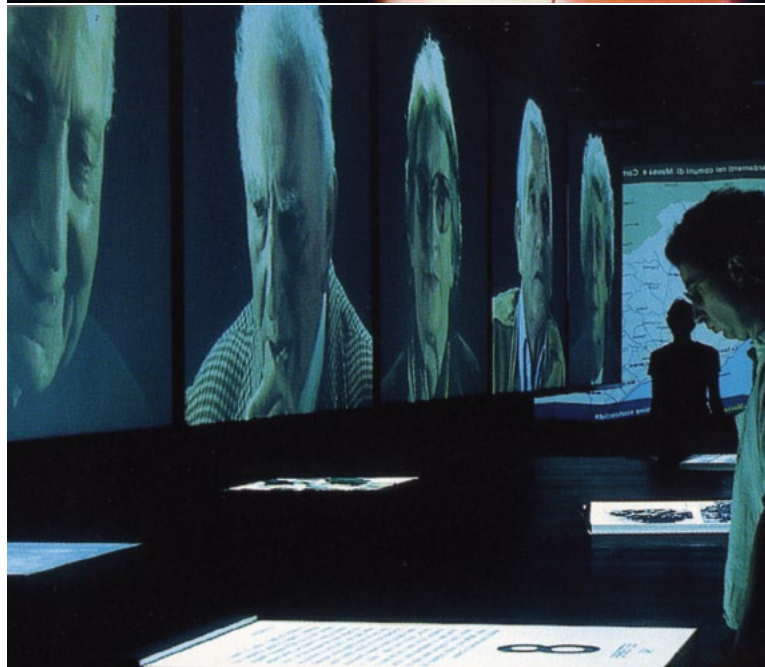
Con Paolo Rosa abbiamo proseguito la nostra riflessione e il nostro dibattito culturale sul tema "*Creatività Pensiero e Creatività e Lavoro*".
Come definire Paolo Rosa, un *Artista*, un comunicatore a tutto tondo nel gran panorama dell'*Arte* e della *Comunicazione Visiva*.
Paolo è uno dei fondatori di Studio Azzurro, gruppo di ricerca artistica sui nuovi linguaggi, che da molti anni s'interessa a temi quali interattività e multimedialità, spaziando nel loro lavoro tra: installazioni, spettacoli film e musei interattivi.

L'incontro tenutosi presso l'Accademia di Belle Arti di Roma, ha preso in prestito il titolo del suo libro, "*L'ARTE FUORI DI SÉ*", un manifesto per l'età post-tecnologica scritto insieme ad Andrea Balzola, drammaturgo, sceneggiatore e regista multimediale.
All'interno dell'opera si viene catapultati, fin dall'inizio, in una miriade di considerazioni che sono alla base del nostro quotidiano vivere in un'epoca cruciale dominata dalla tecnica, in cui dobbiamo far fronte a incalzanti emergenze ambientali, sociali e personali.
Come far fonte a questo momento?
Nell'andare avanti nella lettura l'ipotetica soluzione che penso ci trovi concordi, *…abbiamo bisogno del talento e dell'immaginazione di ciascuno per poter disegnare il futuro, nostro e delle prossime generazioni, è essenziale recuperare una grande generosità diffusa, capace di associarsi e mettersi in rete, condividendo sapienze ed esperienze*.
Io aggiungerei anche la capacità di mettere in discussione il proprio cammino e il proprio operato.

Rifacendomi all'intestazione della premessa del libro, "*Coordinate per un'inversione di rotta*", risalendo con un sestante, superata la zona *introduzione* passerei alla zona *ponderazione*, per poi approdare alla zona *riemozione* attraverso una breve disamina della sua esperienza e tramite alcune sue riflessioni.

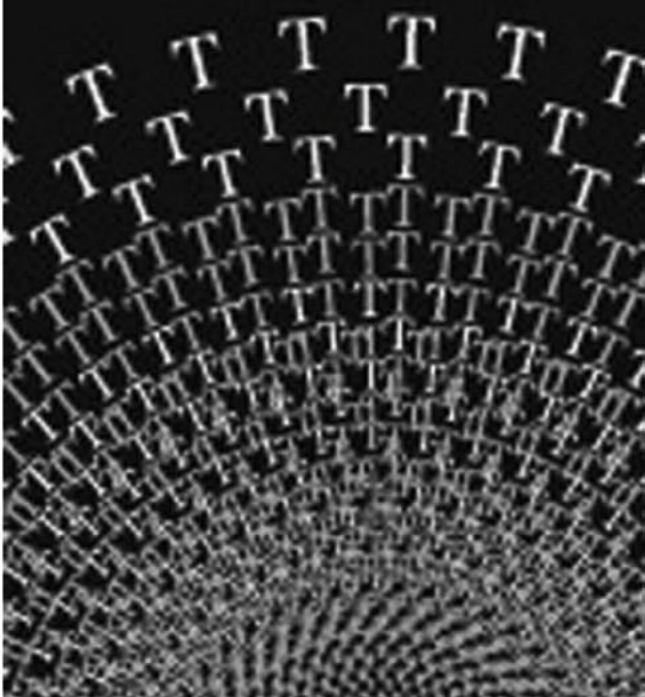
Vorrei concludere con una citazione di Albert Camus (romanziere, filosofo e drammaturgo francese, nobel per la letteratura nel 1957) posta all'inizio del libro "*L'ARTE FUORI DI SÉ*".

"*Seppure involontariamente noi artisti siamo impegnati. Non è la lotta a renderci artisti, ma è l'arte che ci costringe a essere combattenti. Per la sua stessa funzione l'artista è il testimone della libertà e questa è una motivazione che si ritrova a pagare cara. Per la sua stessa funzione egli è impegnato nelle profondità più inestricabili della storia, là dove soffoca la carne stessa dell'uomo.*"

A tu per tu con Paolo Rosa, dalle sue parole la testimonianza diretta della nascita di Studio Azzurro.
Studio Azzurro è un team di professionisti che affianca all' idea dell' arte quella del suo ruolo centrale all' interno di una dinamica sociale, avvalendosi della pluralità di linguaggi tramite passate, recenti e nuove tecnologie.
Quando nel lontano 1982 Fabio Cirifino, Paolo Rosa, Leonardo Sangiorgi e poco più tardi Stefano Roveda diedero il via alla loro ricerca artistica, avevano le idee molto chiare su come Studio Azzurro avrebbe dovuto muoversi nel mondo artistico contemporaneo: trasmettendo al pubblico il concetto di un'arte che si relazionasse perfettamente con le tecniche, dando vita ad un sincretismo di linguaggi ai quali l'artista doveva avvicinarsi, senza necessariamente dominarli ma senza neanche esserne dominato. L'arte, quindi, doveva diventare lo strumento più idoneo per rivitalizzare la memoria, recuperare la comunità che si riconosceva in una qualche forma di politica e l'artista era colui che doveva "disincagliare il sentire", colui che non aveva bisogno di "provocare" il pubblico per scatenarne la reazione e che si svestiva della sua classica introversione nella sua libera attività, diventando piuttosto un "regista" all'interno di un gruppo e divulgando il proprio sapere all' interno di esso.
Con Studio Azzurro nasceva un arte plurale, non tradizionale, non vincolata dai precetti dell' arte contemporanea
Il team si rese ben presto conto che le tecniche andavano assumendo un ruolo sempre più fondamentale nell' ambito di una comunicazione in continua evoluzione e valeva la pena che l'arte se ne occupasse, senza rimanere incagliati nel ghetto di alcune espressioni di nicchia tipo la Video Arte molto diffusa come linguaggio artistico in quel periodo. Gli strumenti della tecnologia rappresentano, infatti, quel qualcosa in

più: un sistema percettivo diffuso e profondo, un nuovo linguaggio per decodificare il mondo; ma l'interattività deve essere affrontata rispettando alcuni punti obbligati, perché la tecnica spinge a relazionarsi fondamentalmente con uno spazio che è allo stesso tempo fisico, mentale e culturale, questo è ed era, un problema da superare.
Si veniva a creare in tal senso una forma d'individualismo e la regola di fondo di Studio Azzurro era ed è quella d'incentivare la relazione tra individui attraverso i vari linguaggi.
Così, tenendo basso il livello di visibilità della tecnica che dominava attraverso il suo potere seduttivo, i lavori del team hanno via via messo in evidenza tutto quello che diventava una conseguenza del dispositivo della tecnica, creando ambienti privati da una corazza tecnologica con i quali lo spettatore si poteva interfacciare, toccandoli direttamente e interagendo con essi. L'arte, per la prima volta, si poteva toccare, divenendo un contrattempo percettivo che ne determinava un contesto esclusivo.
Ad oggi Studio Azzurro non ha perso questa filosofia, anzi, il loro particolare approccio ai media conferma i loro obbiettivi, "dare all'arte un ruolo riunificativo" di tutte quelle nuove e recenti tecnologie, che stanno plasmando e modificando

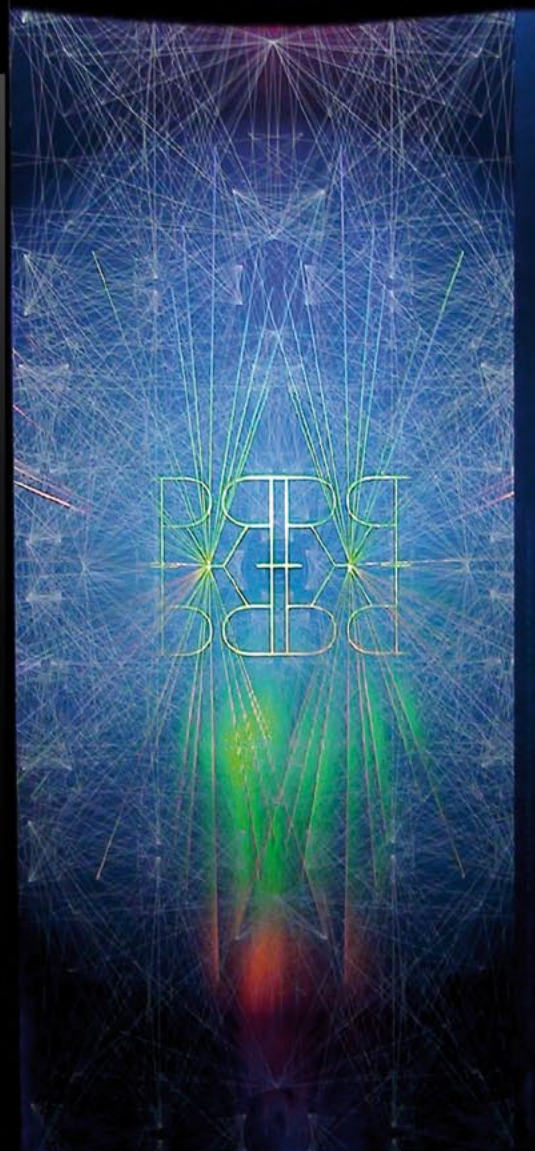
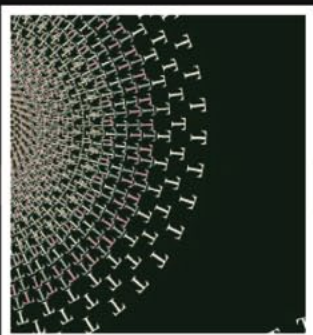
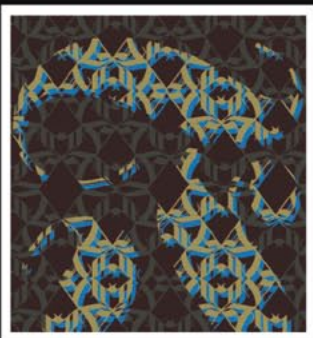
l'aspetto comunicativo, sociale e relazionale da svariati punti di vista, in un periodo di profonda mutazione antropologica nel quale l'arte, attraverso i suoi elementi espressivi e caratterizzanti, deve tornare ad assumere il suo ruolo centrale, sensibilizzando i momenti di profonda anestesia che stiamo vivendo.

CALENDARIO

fontegrafica

2011

FONT&GRAFICA

Procedendo dalle retrovie di una insostituibile eredità, lasciando i confini tradizionali, si delineano, proiettando la loro originale contemporaneità, le dodici tavole del calendario Fontegrafica 2011, prodotto in edizione limitata, cinquecento copie, dove ricerca e sperimentazione s'impadroniscono dei medium inconsueti ed eterogenei della rappresentazione grafica. La loro equilibrata sinergia con inchiostri colorati e non, supporti, lamine ed odori trasmette stupore negli spettatori presenti giovedì 2 Dicembre presso la Sala degli Affreschi, all'interno degli storici chiostri della Società Umanitaria di Milano,per accompagnarci nel viaggio tra le lettere e immagini di Font&Grafica, per la presentazione dell'undicesima edizione dell'opera curata dall'art director Fabrice Petithuguenin, che associando nuovi layout grafici ad alternativi caratteri di stampa opera una rivisitazione, in chiave moderna, delle dodici lettere che compongono il nome di Fontegrafica. La stampa, la raffinatezza delle lavorazioni speciali, il confezionamento sollecitano i sensi...Il carosello dei rimandi innesca il suo gioco: la vista, il tatto, l'olfatto si rincorrono su superfici materializzate da verniciature lucide, opache, perlescenti, iridescenti, fosforescenti, laminate d'argento, a sbalzo a secco, microincise... A rafforzare il risvolto emozionale, che la manipolazione porta con se, l'odore dell'infanzia della mitica Big Babol che trapela da quelle carte, gli aspetti interattivi ed emozionali si potenziano e con essi il sempre nuovo rapporto tra spettatore e stampato. Un'idea, quella dell'azienda milanese, che mettendosi al servizio dell'intuizione, genialità, competenza tecnica, facendo di un'idea creativa un progetto reale innovativo, un progetto reale emozionale... Fontegrafica inesauribile di idee e stimoli emozionali, punto di riferimento della grafica contemporanea.

a cura di
Erika Panetta

LUGLIO
Laminazione argento;
Stampa offset bianco + tricromia di blu;
Plastificazione lucida;
Stampa a caldo argento olografico.

GENNAIO:F

Stampa offset a 3 colori speciali
Doppia vernice ibrida
Uv serigrafico lucido a registro

FEBBRAIO:O

Stampa in quadricromia
Verniciatura flexo sfumata
Floccatura multicolore
Fustellatura

MARZO:N

Stampa offset a 4 colori speciali
con colori metallici e iridescenti
Rilievo a secco

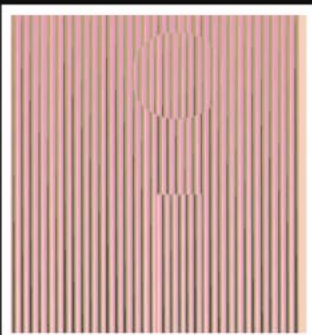
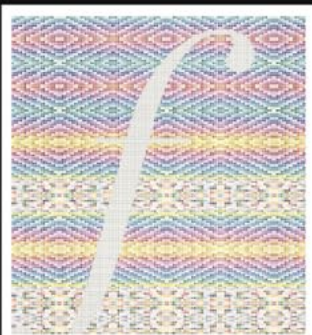
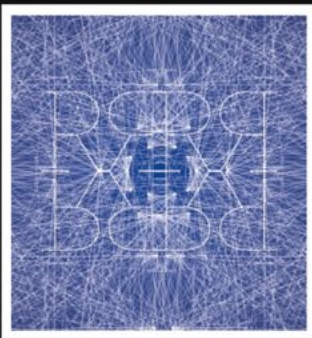
APRILE:T

Pentacromia
Fustellatura laser a 3 livelli
(Fustellatura – Mezzotaglio – Microincisione)

MAGGIO:&

Laminazione argento
Stampa offset bianco + pentacromia
Plastificazione lucida
Serigrafia con inchiostri interferenziali

GIUGNO:G

Stampa offset doppio passaggio di 2 colori speciali
Vernice lucida a registro
Serigrafia all’essenza di “Big Babol”

LUGLIO:R
Laminazione argento
Stampa offset bianco + tricromia di blu
Plastificazione lucida
Stampa a caldo argento olografico

AGOSTO:A
Esacromia
Plastificazione lucida
Serigrafia uv opaca a registro
Serigrafia spessorata

SETTEMBRE:F
Stampa offset a 5 colori intensi (con argento)

OTTOBRE:I
Quadricromia
Vernice da spalmatore
Occhiali 3d

NOVEMBRE:C
Bianca: Pentacromia
Volta: 2 colori pastello
Serigrafia laccata rosso smalto

DICEMBRE:A
Dualtone
Serigrafia fosforescente Lumen
Floccatura a registro

MED PRINT

E IL CREATIVITY DAY

Aprire una riflessione è d' obbligo, in un settore spesso diviso a compartimenti stagni, dove la creatività viene vista come elemento secondario al sapere tecnologico e la semiologia sembra persa in un mare di stilemi ipertrofici. Guardando bene da queste parti, all'interno del Creativity Day, si respira una buona aria. La manifestazione giunta alla sua undicesima edizione, punta proprio sulla creatività e sulla commistione di linguaggi, un frullato sapiente di ironia, design, grafica e tecnica attraverso seminari dinamici che creano un percorso o meglio una panoramica, uno sguardo nel mondo della grafica. Lo scopo della manifestazione può essere riassunto nel tentativo di dimostrare che (soprattutto oggi dove gli strumenti un tempo riservati solamente ai professionisti del settore) la creatività non è un software ma è frutto di un sapere tecnico, e di una ricerca curiosa ed instancabile, è questo l' atteggiamento o meglio l' approccio metodologico alla grafica intesa come veicolo di idee. Il grafico oggi deve avere conoscenze di fotografia digitale, di video, di grafica vettoriale, tutto questo deve essere accompagnato da uno spirito sperimentale e da una curiosità insaziabile che lo porta ad interpretare e a saper reinterpretare un mondo intero di immagini e simboli, vecchi e nuovi, rivolgendosi ad un pubblico variegato. L'originalità della proposta è dunque a ben vedere quella di mostrare come la creatività si serva della contaminazione dei linguaggi. Va da sé che per poter dire di essere grafici creativi, c'è bisogno di una profonda preparazione culturale, perché è proprio questa che permette al grafico di fare dei collegamenti, di poter citare non copiando ma riscrivendo nuove geografie estetiche. E' quindi all'interno di questa manifestazione creativa che abbiamo incontrato uno dei collettivi che meglio rappresentano questa idea di grafica, un team dove tutti sono intercambiabili, ma hanno comunque una loro specificità, dove si elabora un' idea insieme, dove l'ironia e la leggerezza diventano linee guida costanti di un lavoro di gruppo. Stiamo parlando di Happycentro, uno studio nato nel 98 a Verona. Ciò che arriva subito di loro è la capacità di dialogo e d'intrattenimento, giocando sull'ironia che è parte stessa del lavoro, con un lungo video commentato per immagini in stop-motion, riuscendo ad essere freschi ed a non cadere nel facile parlarsi addosso: questi ragazzi illustrano il loro workflow con semplicità ragionata. L'aggettivo più adatto? Contaminazione, il disegno, l'illustrazione la fotografia e la grafica, la musica, tutto entra a far parte di un linguaggio che cerca di non ripetersi mai, continuamente alla ricerca di un altra angolazione. Quando diciamo creativi, ci piace intendere questo.

“dove stiamo guardando

di Stefano Mosena”

Questo evento è stato affiancato da una preziosa collaborazione quella di Med Print, cioè la mostra delle tecnologie per l'industria grafica, editoriale e cartotecnica mediterranea. Questa collaborazione è preziosa proprio perché il mercato della stampa digitale, tende spesso ad essere percepito come distante dal lavoro del grafico. E' invece fondamentale ribadire l'importanza della prestampa, dei metodi di misurazione del colore, dei profili delle macchine, metodi certificati che permettono al grafico ed allo stampatore di determinare il risultato finale: insomma quegli elementi che vanno ad incidere profondamente sul risultato della nostra matrice digitale. In questa esposizione di macchine, abbiamo potuto notare diversi tipi di colorimetri e spettrofotometri, come anche plotter da stampa in piano ad alta definizione; da menzionare nello stand Roland i modelli Versa UV LEC-330 e LEC-540, macchine da stampa in grado di realizzare stampe in quadricromia, con la possibilità di stampare anche trasparente lucido, per dare alla stampa degli effetti di verniciatura tridimensionale. Interessanti anche gli stand riguardo il supporto cartaceo della Berni, si tratta di carte riciclate al 100%, anche la Mondi Group presenta una carta con le stesse caratteristiche in varie grammature. In un mondo consumistico che tende a bruciare a consumare carta, il riciclaggio e la sostenibilità diventano parole chiave di una sensibilità per l'ambiente che si spera diventi una filosofia per tutte le cartiere.

Ci siamo poi soffermati nello stand Konica Minolta, dove abbiamo trovato degli spettrodensitometri (FD7 e FD5) che si distinguono per la capacità di misurare e valutare il colore degli stampati, tenendo in considerazione la fluorescenza della carta, misurata con un illuminante D50. Abbiamo visto in funzione anche la Bizhub PRESS C8000, macchina con tecnologia proprietaria che promette una gestione perfetta del post-stampa, attraverso una estesa capacità di lavorazione dei supporti carta. Da menzionare anche la Epson Stylus Pro GS6000 caratterizzata da un gamut cromatico di ben otto colori, con un set di inchiostri a solventi Epson UltraChrome GS, che regalano una stampa dai colori brillanti e una elevata resistenza ai raggi UV, colori profondamente stabili e naturali, in quanto privi al 100% di composti cancerogeni. Diverse quindi le novità e buona l'interazione con il pubblico, anche se probabilmente una maggior interazione gioverebbe ad un evento fieristico. Perché non pensare ad eventuali workshop anche all'interno della fiera stessa?, facendo così interagire il grafico con lo stampatore, infatti le idee vengono anche stampando, scoprendo nuovi materiali, nuove prospettive per nuovi linguaggi. C'è comunque da registrare un buon riscontro di pubblico, a dimostrare l'importanza di un settore che raccoglie a Roma circa il 45% delle imprese grafiche del centro-sud.

«LE IDEE VENGONO ANCHE STAMPANDO...»

Diego Mormorio

Catturare il Tempo

Lentezza e rapidità nella fotografia

Ho vissuto una sensazione unica ripercorrendo, grazie a questo libro, il lungo cammino verso quell'innato bisogno dell'uomo di fermare il tempo, o meglio, come la definisce Diego Mormorio, "*l'arte dell'attimo*".
Un libro che affascina, per diversi aspetti, in un continuo susseguirsi di artefatti e artifici, aneddoti e documentazione ricca di dati tecnici e di spunti di riflessione, che si susseguono in una sospensione temporale, che invita alla ponderazione tramite la consapevolezza e che ci consente di apprezzare, l'arte della fotografia in tutto il suo fascino e nelle sue molteplici sfaccettature.
Diversi gli aspetti da sottolineare, in primis, il duplice rapporto tra lentezza e velocità nella cattura del tempo, la *lentezza*, una parola di cui scopriamo un senso nuovo, come se non l'avessimo mai conosciuta prima. Così di colpo, ci apparirà evidente che parlare della *lentezza* significa parlare della *memoria* – e parlare della memoria significa parlare di tutto.
In questa sterminata *vastità dell'attimo* l'uomo si aggrappa a un frammento di tempo scisso dal *passato* come dal *futuro*; si è sottratto alla continuità del tempo; è *fuori del tempo* - in altre parole, è in uno stato d'*estasi*, l'origine della paura è nel futuro, e chi si è affrancato dal futuro non ha più nulla da temere. Dar forma a una durata è l'esigenza della *bellezza*, ma è anche quella della *memoria*. C'è un legame segreto fra *lentezza e memoria*, fra *velocità e oblio*. Il grado della lentezza è direttamente proporzionale all'intensità della memoria; il grado di velocità è direttamente proporzionale all'intensità dell'oblio.
La velocità è la forma di estasi che la rivoluzione tecnologica ha regalato

all'uomo. L'uomo che corre è sempre presente al proprio corpo, ed è più che mai consapevole di se stesso e del tempo della sua vita. Ma quando delega il potere a una macchina, allora tutto cambia: il suo corpo è fuori gioco, e la velocità a cui si abbandona è incorporea, immateriale, *velocità* in *sé* per *sé*, "*velocità estasi"*.
Quando ero bambino mi piaceva posare una conchiglia sull'orecchio per sentire l'eterno *mormorio* del mare.
Allo stesso modo leggendo e osservando attentamente le immagini riprodotte nel libro, ogni cosa sembra rimanere eternamente *udibile* e *visibile,* trasformando il lettore senza rendersene conto, in colui che vive da sempre in una conchiglia "*sonoro visiva"*.

Concludo con una citazione di Paul Valery tratta dal libro "Catturare il Tempo"

"*l'istante genera la forma e la forma fa vedere l'istante*".

Grazie Diego per averci guidato in questo cammino di rivelazione.

a cura di **Enrico Pusceddu**

GIULIO DE VITA

a cura di ***Stefania Rinaldi***

Immersi nella magica atmosfera della libreria L'Adventure, specializzata in fumetti d'autore in via del Vantaggio,nel cuore di Roma, si è tenuto un'incontro molto interessante con Giulio De Vita, uno dei fumettisti italiani più conosciuto a livello internazionale che nell'occasione ha presentato il suo ultimo libro illustrato" Lemuri il visionario"il racconto e il canto di una storia.

Il libro, con in allegato un cd musicale, narra di un bizzarro musicista dandy, che vive rinchiuso da piu' di otto anni nella sua stanza, suo eremo metropolitano e viaggia nel tempo, attraverso le visioni ispirate dagli oggetti che lo circondano, per ritrovare il proprio passato dimenticato… per ritrovare se stesso.

All'incontro era presente anche Vittorio Cetrone, autore del libro, dei brani musicali e ispiratore fisiognomico del personaggio creato da Giulio De Vita. La sinergia nata dal libro, dalla musica e dal fumetto ha creato una nuova evoluzione del racconto, così," Lemuri il visionario" è diventato anche uno spettacolo teatrale (che dovrebbe arrivare in tournée anche a Roma entro la fine dell'anno), dove Vittorio Centrone, affiancato da alcuni attori-musicisti canta 16 brani originali che raccontano la storia di Lemuri arricchita dalla proiezione delle opere realizzate da Giulio De Vita, una delle espressioni più significative del panorama fumettistico, nella sua carriera ha creato svariati personaggi conosciuti e apprezzati in tutta Europa.

www.giuliodevita.it

Giulio De Vita ha iniziato la sua carriera a 16 anni esordendo nel fumetto con “Lazarus Ledd” e “Il potere e la Gloria” con cui ha vinto il primo premio miglior giovane disegnatore (1995). Nel 1999 approda al mercato internazionale che lo consacra come come uno dei disegnatori più apprezzati della scena europea e viene tradotto in diverse lingue (spagnolo, portoghese, italiano, fiammingo, tedesco, olandese).

Il maggior successo lo ha riscosso in Francia, dove l’arte del fumetto è particolarmente apprezzata, tanto che quasi ogni settimana si svolgono dei festival del fumetto nelle varie città della regione. Oltre ad essere autore di numerose serie di personaggi e aver disegnato copertine per supereroi, ha realizzato copertine di dischi per gruppi musicali,videoclip e story-board dei cantanti Vasco Rossi, Zucchero, Sting e gli 883 ed ha collaborato alla realizzazione di film di animazione.

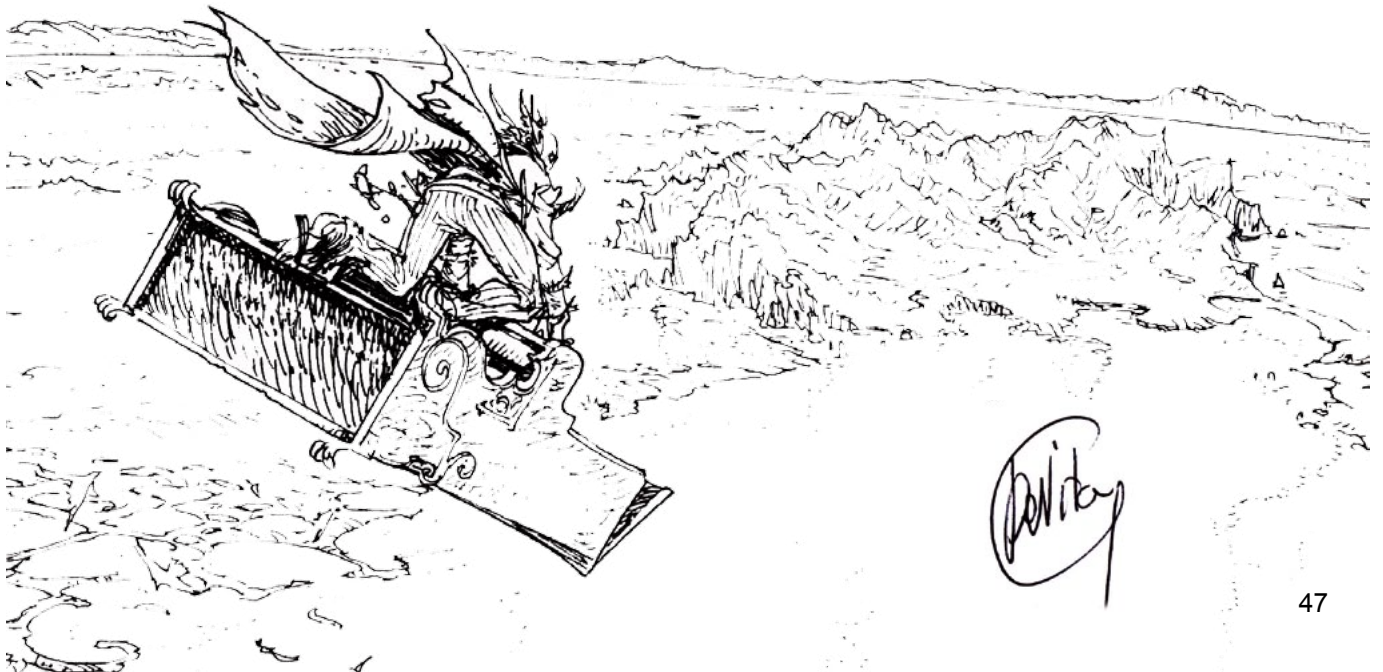
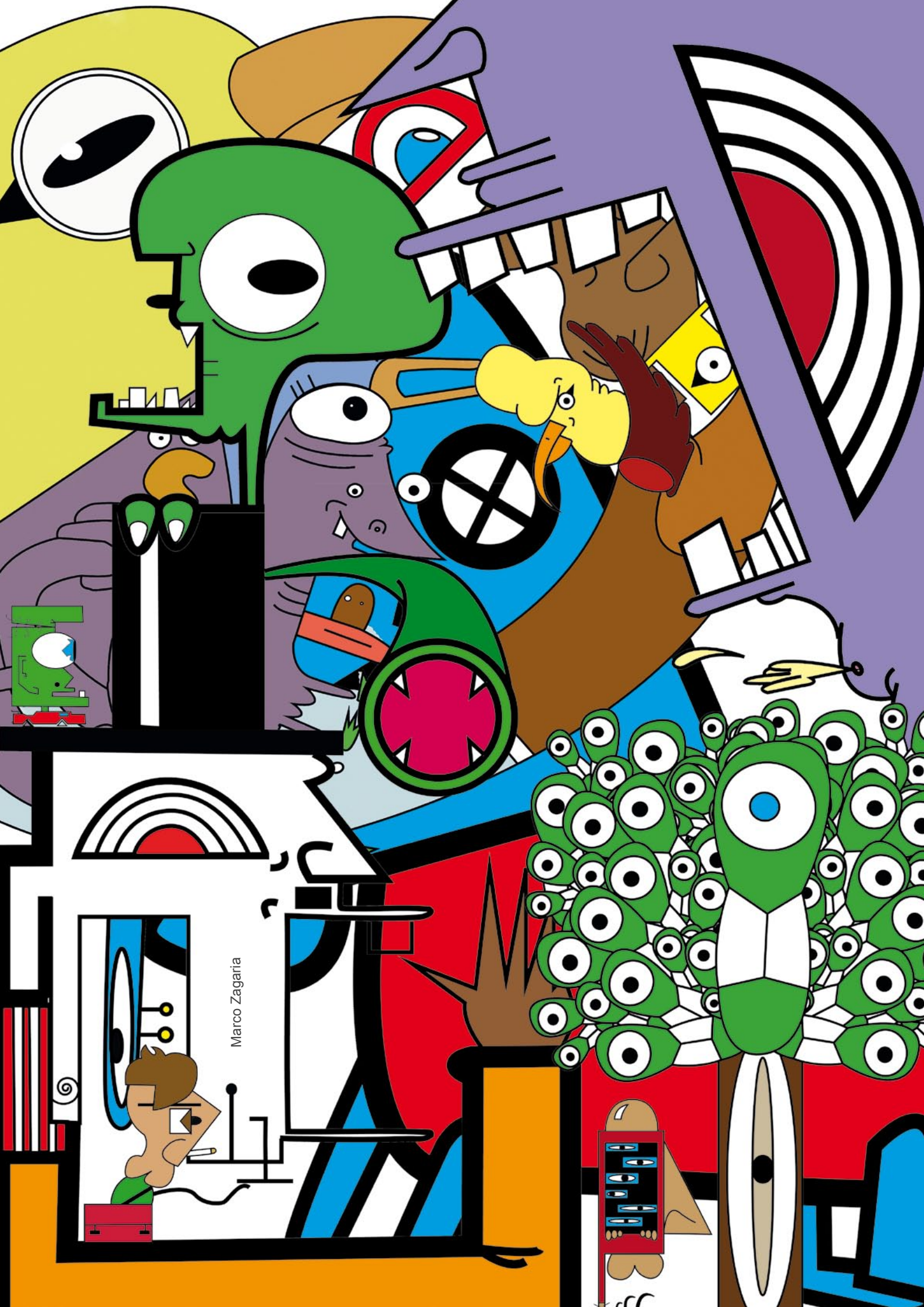
Vive e lavora a Pordenone, sua città natale che, a Febbraio di quest’anno, lo ha omaggiato, con una mostra dal titolo “Eroi oltre i Confini” alla Galleria D’Arte moderna e contemporanea, che ha proposto non solo gli straordinari soggetti nati dalla sua matita, ma ha rappresentato tutti coloro che come De Vita sono andati e continuano ad andare oltre, esplorando nuove frontiere stilistiche, artistiche e professionali.

Ritornando all’incontro devo dire che è stato molto interessante, positivo e divertente per tanti aspetti.

Mentre Giulio De vita autografava i libri degli ammiratori disegnando su ognuno di essi in tempo reale i vari volti dei personaggi ,ha risposto esaustivamente alle domande che gli sono state fatte come, ad esempio, quale era il modo migliore per un giovane artista emergente di proporsi ad una casa editrice o quale era la differenza tra il mercato italiano e quello francese.

Il Consiglio principale di Giulio De Vita è stato quello di disegnare, disegnare… e disegnare se si vuole fare questo mestiere, perché il disegno è la base fondamentale di tutto soprattutto per la comunicazione con l’immagine.

Per quello che riguarda la differenza tra il mercato francese e quello italiano, sicuramente consiglia quello francese, perché? In Francia c’è una vera e propria cultura del fumetto che è enormemente apprezzata rispetto all’Italia. Come ultima cosa, ha voluto dare dei suggerimenti per presentarsi nel miglior modo al fatidico incontro con le case editrici, “è indispensabile individuare il target del proprio lavoro, essere pronti con un buon portfolio, ben organizzato, le tavole devono essere pressoché omogenee nello stile ma soprattutto, devono parlare dell’autore comunicare le sue emozioni e rispecchiarlo il più possibile, in sintesi meglio pochi lavori fatti ad arte, che una miscellanea di opere con stili diversi”. Buona fortuna ragazzi.

Marco Zagaria

Creatività e Lavoro

a cura di **Ursula Bonetti**

Tra le 70 università aderenti, i primi a chiudere la 2° fase del programma FIxO, acronimo di Formazione e Innovazione per l'Occupazione, sostenuto dal Ministero del Lavoro, sono i profili artistico-creativi dell'Accademia di Belle Arti di Roma. L'arte dell'autoimprenditorialità e l'autoimprenditorialità per l'arte sono i due concetti che hanno accompagnato l'Accademia, Italia lavoro e il Bic Lazio nell'ideazione di un nuovo percorso pilota mirato a migliorare l'occupabilità delle professionalità artistiche e dare immediata operatività agli obiettivi strategici di Italia e Europa 2020. Che la creatività sia parte integrante del fare impresa non è niente di nuovo. Contrariamente a quanto avveniva in passato, le professionalità artistico-creative e l'imprenditorialità non sono più letti come elementi inconciliabili, ma per citare Umberto Eco, come "combinatoria" vincente che permette di guardare ad un'economia più competitiva. A cavalcare questo trend sono proprio le intuizioni dei 7 giovani artisti-imprenditori dell'Accademia che, grazie al supporto di Italia lavoro e di Bic Lazio, hanno potuto trasformare le loro idee in piani d'impresa che faranno nascere nuove realtà imprenditoriali nel settore della moda, della grafica e comunicazione, della produzione di oggetti d'arte e nella creazione di servizi innovativi per il settore cinematografico e dell'arte.

Italialavoro | Ministero del Lavoro, della Salute e delle Politiche Sociali – Direzione Generale per le Politiche per l'Orientamento e la Formazione | FIxO – Formazione, Innovazione per l'Occupazione | biclazio business innovation centre | Accademia di belle arti di Roma

Esplorando i nuovi territori della Grafica

a cura di Thiago Contini

Arrivare in un nuovo paese e cercare di inserirsi nel mercato del lavoro non é mai semplice, le difficoltà sono molte, i problemi che si vanno ad affrontare sono diversi e soprattutto imprevedibili. Bisogna analizzare in prima istanza le proprie capacità, rivedere la propria formazione e saper adattare l'attinente forma mentis, cogliendo ed enfatizzando le proprie peculiarità, che devono diventare un punto di forza, e soprattutto un fattore differenziale.
La formazione che si ha in Italia specie in una Accademia di Belle Arti é per alcuni aspetti, estremamente tradizionale, il disegno insieme ad una grande capacità creativa sono elementi che differenziano in un mercato del lavoro sempre più volto alla nuove tecnologie, il nostro contributo può risultare molto importante se si ha l'abilità di fondere la sensibilità artistica, con la tecnica. Avere un formazione accademica caratterizza anche il non possedere una specificità a livello professionale, questo porta a volte a delle difficoltà immense, che determinano uno spiazzamento. La soluzione che consiglio d'adottare è lo sfruttare la duttilità che si è acquisita attraverso l'esperienza formativa e potenziarla, aggiornandosi, a seconda delle necessità lavorative. Quanto esposto evidenzia che molto spesso sono le dinamiche e le situazioni contingenti, che ci indirizzano verso una determinata professione.

Scoprendo un Paese emergente

a cura di Thiago Contini

Il Brasile negli ultimi dieci anni sta vivendo una fase di straordinario sviluppo economico, che ha modificato tutto il suo apparato industriale e sociale, portando alla nascita di piccole e medie aziende, e allargando il benessere economico della classe media.
In questo scenario di grandi mutamenti, é fondamentale trovare uno strumento che serva da collante e che abbatta le grandi distanze di una nazione fortemente disomogenea sia a livello sociale che territoriale.
Un ruolo determinante di tale trasformazione é svolto da internet e dalle nuove tecnologie, che hanno sfruttato le curiosità di una popolazione giovane e che ha visto in questo nuovo mezzo una finestra per la scoperta del mondo.
Anche il mercato del lavoro e di diverse figure professionali é cambiato, tra queste la professione del grafico. Nel campo della Grafica in molti settori si è dovuto spostare lo sguardo da un mercato editoriale oramai saturo, ad un mercato nuovo e promettente

ovvero quello del web design.
In pochissimi anni da paese chiuso e marginale il Brasile é diventato uno dei leder mondiali nel campo delle tecnologie informatiche e dello sviluppo di Internet.
Ma le grandi trasformazioni che hanno interessato principalmente la tecnologia hanno coinvolto più aree, sviluppando un nuovo senso artistico e un gusto per la bellezza fino a qualche anno fa molto diverso nella mentalità brasiliana. Tutto questo ha generato più investimenti e una ricerca nell'estetica che ha portato allo sviluppo di nuovi settori emergenti: l'architettura e l'interior design, che sfruttando le materie prime della nazione hanno dato vita ad un vero e proprio stile.
Tali conquiste hanno valorizzato enormemente l'immagine del Brasile all'estero, rompendo quei canoni che lo avevano contraddistinto e imprigionato per decenni.
Questa nuova linfa e soprattutto questa nuova immagine internazionale sono stati essenziali per l'assegnazione dell'organizzazione dei due eventi più importanti del nuovo decennio ovvero i mondiali di calcio del 2014 e le olimpiadi del 2016.
Intorno a queste due manifestazioni, si sta sviluppando uno dei mercati più promettenti e in crescita ovvero quello "pubblicitario".
Tale settore è rimasto immobile per molto tempo e proprio l'avvento di queste due manifestazioni sta producendo nuova linfa per il mondo della comunicazione, gettando le basi verso quel salto qualitativo da tempo sognato. Il mondo della pubblicità penso possa rappresentare una vera e propria sorgente di opportunità, in quanto è in fase di espansione ed evoluzione, e questo creerà, secondo il mio punto di vista, nuove opportunità lavorative.

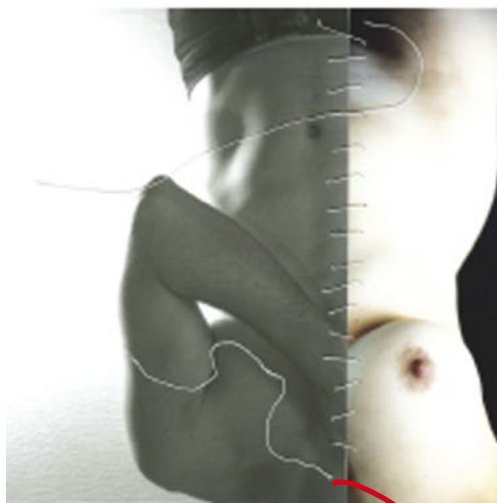
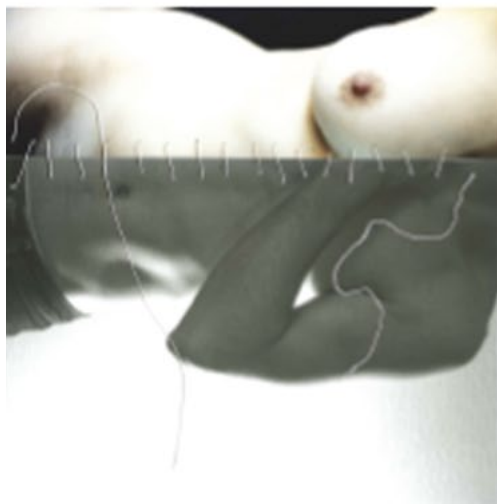
Alessandro Mingione

Vetrina

“I Territori della Grafica”

“Dal segno manuale al segno digitale”

A cura di **Enrico Pusceddu**

Vi presentiamo anche in questo numero una selezione delle attività di ricerca e produzione artistica, di alcuni talenti che si sono particolarmente distinti, all’interno e all’esterno della nostra istituzione, nei vari campi d’indagine e d’applicazione dell’arte e della comunicazione visiva.
In particolare vorrei segnalarne alcuni, inizierei con Anna Maria De Antoniis un percorso il suo, fatto di scomposizione e composizione, un alternanza degli opposti dove s’incontrano maschile e femminile, diversità e reciprocità, dentro e fuori, percorsi segnici dove il cucire evoca un concetto che invita colui che guarda ad andare oltre la rappresentazione.
E’ necessario allora che “si seguano le tracce del filo in tutte le cose” , il filo diviene in itineris il mezzo di collegamento, che ci conduce nel complesso rapporto tra rappresentazione e espressione, che in Anna si concretizza nell’operare in modo soggettivo alla ricerca dell’equilibrio degli opposti cercando di ricucire gli strappi che dividono e non rendono possibile la comunicazione.
La storia si evolve l’ordito e la trama, il reale e il non reale, il “trascendentale” e il “sublime”, la logica degli “opposti” , sull’ordito si tessono le “trame” e si sviluppano le vicende.
Un altro giovane interessante da segnalare è Luigi Annunziata in lui la comunicazione grafica diviene strumento d’indagine, pone l’accento sull’ importanza della tecnica e sul suo sviluppo, i metodi di comunicazione e la loro continua metamorfosi, in riferimento alla richiesta del mercato, evidenziando i profondi e spesso estrinsecabili legami che mettono in luce, la varietà degli elementi rappresentativi, narrativi e simbolici, efficaci per lo sviluppo della moderna comunicazione visiva sempre in continua crescita e all’opportunità che questi nuovi mezzi hanno nel campo della sperimentazione al fine di escogitare nuove modalità comunicative.
Terrei d’occhio e seguirei con attenzione, alcuni giovani interessanti dei quali avrete modo di ammirare nella vetrina alcuni lavori, in ordine strettamente alfabetico: Gabriele Corinella, Francesca D’Antoni, Pier Luigi De Furia, Rocco Di Poppa, Alessia Galli, Alessandro Petrocco, Andrea Rinaldi, Renato Sabato, Simone Sedicina, Viri Valeria, Marco Zagaria ma anche diversi studenti stranieri che frequentano la nostra Istituzione al fine di perfezionare e approfondire il loro percorso formativo tra questi: Marjam Sjadian, Nasroullah Shidrokh, Gao Yifei. Un aspetto molto interessante della loro ricerca, è questo esplorare la funzione espressiva ed esortativa dell’immagine, nel suo continuo strutturarsi e rigenerarsi, nei vari campi d’indagine del gran contesto della “comunicazione visiva” in stretto rapporto con la realtà, attraverso un singolare e personale modo d’interpretarla e ricostruirla.
Per concludere vorrei ribadire ancora una volta Il nostro intento, favorire contatti tra i giovani e le aziende, le istituzioni pubbliche e private, i singoli operatori della comunicazione visiva, al fine di far conoscere e valorizzare, le varie personalità creative che operano nell’Accademia di Belle Arti di Roma e di conseguenza creare sinergie con le diverse realtà del territorio, sia sotto l’aspetto culturale, sia riguardo l’ambito produttivo.

Anna Maria De Antoniis
BODY SCANNER

Vetrina

"I Territori della Grafica"

Body scanner è il dispositivo di imaging dell'intero corpo, utilizzato per la sicurezza negli aeroporti della globalizzazione. Potenzialmente i body scanner non rispettano la privacy dei passeggeri perché le immagini potrebbero essere archiviate e riutilizzate in modo "inappropriato". Esiste anche il problema della salute: alcuni apparecchi funzionano a bassa emissione di raggi x, altri con radio-onde ad altissima frequenza.
Ma Body scanner, ovvero "Lo scannerizzatore del corpo", è anche la metafora dei temi di indagine di questo progetto fotografico.

Anna Maria De Antoniis dopo aver ottenuto la maturità artistica, si diploma in Pittura, studia disegno seguendo le lezioni dell'artista coreana Woo Gi Yun. In seguito consegue l'abilitazione all'insegnamento in "Discipline Pittoriche", la specializzazione per il "Sostegno" e le abilitazioni all'insegnamento in "Arte e Immagine" e "Disegno e storia dell'arte". Sviluppa le competenze professionali acquisite, nello svolgimento dell'attivita' di docente di "Teoria della percezione e psicologia della forma" presso l'Accademia di Belle Arti Lorenzo Da Viterbo, di Viterbo, dal 2004 e in diversi Istituti di istruzione secondaria superiore statali. Attualmente insegna "Arte e Immagine".

Nell'opera Body scanner si evocano dei nuovi percorsi-segnici dovuti alla diversità e la reciprocità tra linguaggi espressivi (fotografie a colori e in bianco&nero "cucite" per superare la partizione tra i colori ed il bianco&nero). La percezione visiva rileva spazi, linee e forme che hanno proporzioni e prospettive diverse; qui, le vistose cuciture danno solo una parvenza di verosimiglianza, denunciando, in realtà, profonde discrepanze. Quelle cucite non sono più fotografie ma pezzi di carta forati dall'ago e attraversati dal filo: il disegno è una trama che sta al di qua e al di là del piano "bidimensionale" illusorio, creando un concetto spaziale che invita ad andare oltre la rappresentazione.
Parti di corpi femminili sono cuciti a parti di corpi maschili nell'intento di cucire gli strappi che dividono e non rendono possibile la comunicazione

Quest'anno, nell'ambito di Fotoleggendo, 'Immagini Contemporanee', giunto al suo ottavo appuntamento, format, ideato e curato da Punto di Svista, che ha visto confermata la sua particolarità concentrandosi ancora una volta su due questioni centrali: il dialogo tra autori e lo scambio culturale tra artisti e pubblico di addetti ai lavori e non.
Immagini Contemporanee ha posto uno di fronte all'altro due fotografi non con la logica della sfida o della competizione bensì con quelle della condivisione dello sguardo e della sinergia intellettuale, fattori concepiti allo scopo di divulgare, in modo appropriato e per nulla personalistico, il senso dello spirito creativo di figure autoriali che, pur appartenendo a universi espressivi non sovrapponibili, possono relazionarsi liberamente e democraticamente.
Il format di Immagini Contemporanee prevedeva che i fotografi chiamati a intervenire non parlassero della loro produzione fotografica, ma cercassero invece di rintracciare elementi di interesse, degni di essere discussi ed elaborati, nelle opere del loro interlocutore. In questo modo, si intendeva ribaltare il luogo comune che riguarda lo

sguardo del fotografo, trasportando la tensione creativa del singolo individuo dall'ossessione autoreferenziale alla volontà di scambio e comunicazione.

Nell'edizione 2010 di Immagini Contemporanee si sono confrontati Anna Maria De Antoniis e Andrea Papi, autori solo in apparenza poco conciliabili ma in verità accomunati da un'identica ansia di ricerca che li spinge a esprimersi in territori non convenzionali.

Anna Maria De Antoniis scompone e ricompone metafisicamente il corpo e trasforma l'oggetto fotografia, a sua volta, in un corpo sezionato e ricucito, trovando autonomamente la sua strada verso la liberazione della poetica dentro un formato e uno stile del tutto personale. La ricomposizione chirurgica dei suoi corpi, tesa a far deflagrare la superficialità della realtà, concepita come strumento di fuga dallo sguardo banalmente percettivo, dialoga in un territorio i cui unici punti di riferimento sono la libertà creativa, fuori dai codici preordinati, e la vicinanza a forme d'arte come la pittura e il cinema.

Anna Maria De Antoniis inizia la sua attività espositiva nel 1998. Alla ricerca artistica affianca l'attività teorica sullo studio della percezione visiva. Ha realizzato un progetto sullo studio del corpo in fotografia e le dominanti di colore della luce artificiale e vari studi su enigma e metafisica, dai quali sono derivati numerosi lavori fotografici in bianco e nero. La sua ricerca si è progressivamente spostata sulla commistione dei linguaggi espressivi connessi a percezione visiva, ibrido, androgino, chimera e "non rappresentazione". Attualmente la sua ricerca si occupa, oltre che di fotografia, dei nuovi linguaggi dell'arte, in particolar modo delle nuove tecnologie e del video digitale.

Testo critico di Maurizio G. De Bonis per © Punto di Svista – Arti Visive in Italia (www.puntodisvista.net)

Il corpo è da sempre uno dei territori di ricerca nell'ambito delle arti visive. Il corpo, però, inteso come luogo stratificato e complesso e non come mero involucro superficiale di un individuo. In tal senso, quando ci si trova davanti a un'immagine (che sia fotografica, cinematografica o figurativa, non importa) che raffigura questo perfetto sistema biologico si è in genere portati (e in ciò la cultura dominante ha sempre giocato un ruolo preciso) a soffermarsi sulla falsa/scontata questione della bellezza, legata a un concetto di estetica totalmente fuorviante, oppure a considerare questo elemento come un gelido oggetto scientifico/medico.

Se proviamo a uscire da questa logica asfittica, costruita ad arte dal mondo borghese per depistare gli esseri umani da ogni forma di pensiero destabilizzante, è possibile avvicinarsi a una visione "altra", connessa a una dimensione filosofica e psicanalitica della fisicità umana. Solo quest'ultima impostazione, in tutta la sua complessità, può condurre chi fa fotografia (e chi la guarda) a riferirsi all'impervio territorio dell'eros.

E basta pensare a due pittori come

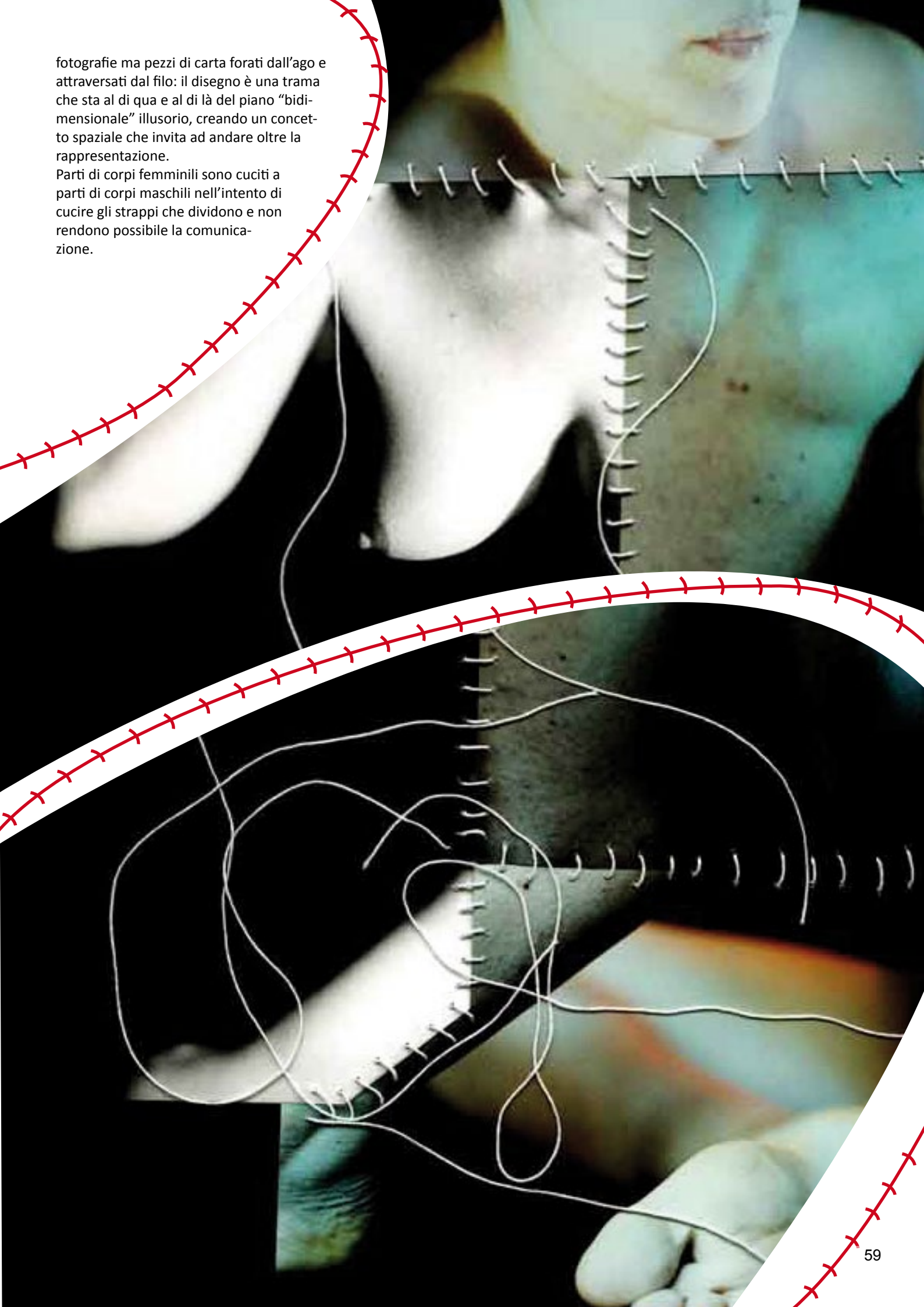
Francis Bacon ed Egon Schiele per rendersi conto di ciò.
In ambito fotografico, gli equivoci sono ancora difficili da superare. Si è portati a pensare che la semplice esibizione del corpo, e la sua conseguente rappresentazione, produca immagini caratterizzate da una reale vicinanza all'universo dell'erotismo. Ma ciò non è (non solo).
Se ci relazioniamo, invece, al corpo come a uno spazio mentale, il discorso non può che mutare per collocare la riflessione sulla fisicità in una sorta di buco nero dell'espressione dove ogni questione viene ribaltata e concepita in forme nuove.
È questo il caso della produzione fotografica di Anna Maria De Antoniis, artista che utilizza il mezzo fotografico non per raffigurare in maniera estetizzante corpi femminili ma per condurre un'analisi tutta interiore sulla misteriosa essenza dell'individualità umana.
Le sue opere sono legate a un concetto di eros che potremmo definire fruediano, cioè caratterizzate dall'esigenza di capire in che modo il corpo ci spinge alla ricerca della conservazione piuttosto che a quella della distruzione. E per far ciò, paradossalmente, bisogna passare proprio attraverso il sezionamento, la decomposizione di questa macchina biologica che racchiude la nostra sfera soggettiva. Dunque, bisogna mettere in relazione gli impulsi vitali corporei con il problema della morte. Magari grazie alla sfera del sogno.

Nella serie Body Scanner, l'artista rimodella vigorosamente il corpo e lo fa divenire metafora della fotografia stessa, dunque della vita. L'oggetto fotografia viene ricomposto attraverso vistose cuciture, vere e proprie ferite che alludono ad altrettante indagini filosofiche che una volta (apparentemente) chiuse provocano l'apertura di nuovi inquietanti abissi. La (ri)orchestrazione chirurgica dei corpi effettuata da Anna Maria De Antoniis rappresenta allo stesso tempo un discorso sull'eros e un discorso sulla (presunta) realtà, sul rapporto contraddittorio tra individuo e mondo. Ci sembra che per tale motivo la poetica di Anna De Antoniis combaci quasi perfettamente con quella cinematografica utilizzata da David Cronenberg in Crash, dimostrando che il senso di talune operazioni creative sia patrimonio comune di tutti quegli autori che, lavorando nello stesso territorio, finiscono per incontrarsi loro malgrado.
In una serie precedente, il corpo femminile è immerso quasi integralmente in un'acqua color rosso. In questo caso, le membra della modella si sciolgono nella fragilità mutabile del liquido in cui sono immerse mentre l'immagine è scomposta in un sezionamento, provocato da rispecchiamenti e riflessi, che vuole suggerire al fruitore di non fermarsi all'analisi esteriore dell'opera. Sarebbe fin troppo ovvio affermare come l'acqua rossa evochi il sangue, cioè la nostra parte interiore. È possibile, però, sostenere che c'è qualcosa di più, cioè la volontà da parte dell'autrice di trasportare la raffigurazione del corpo nella dimensione dell'indagine degli abissi più reconditi dell'Io, alla ricerca non della verità, ma di quelle zone segrete da cui fuoriesce il magma indistinto delle nostre emozioni soggettive, esattamente come avviene in campo filmico nel versante più autoriale del genere horror.
Questa tensione verso un uso non estetizzante della corporeità, che ha potenti legami con la visione non convenzionale della realtà, è riscontrabile anche negli scatti in bianco e nero, nei quali il reale viene rimescolato grazie a ombre, zone di luce, oscurità, dettagli, apparizioni fantasmatiche che costringono il fruitore a ricostruire il proprio incubo esistenziale affidandosi agli impulsi onirici, dunque psicanalitici, delle immagini alle quali si rapporta.
Il tutto non per trovare spiegazioni ma per continuare a porsi delle domande.

Anna Maria De Antoniis
Titolo del progetto: Body scanner.

Body scanner è il dispositivo di imaging dell'intero corpo, utilizzato per la sicurezza negli aeroporti della globalizzazione. Potenzialmente i body scanner non rispettano la privacy dei passeggeri perché le immagini potrebbero essere archiviate e riutilizzate in modo "inappropriato". Esiste anche il problema della salute: alcuni apparecchi funzionano a bassa emissione di raggi x, altri con radio-onde ad altissima frequenza.

Ma Body scanner, ovvero "Lo scannerizzatore del corpo", è anche la metafora dei temi di indagine di questo progetto fotografico.
Le diversità (e le reciprocità) tra linguaggi espressivi (fotografie a colori e in bianco&nero "cucite" per superare la partizione tra colore e bianco&nero) evocano così dei nuovi percorsi segnici.
La percezione visiva rileva spazi, linee e forme che hanno proporzioni e prospettive diverse; qui, le vistose cuciture danno solo una parvenza di verosimiglianza, denunciando, in realtà, profonde discrepanze. Quelle cucite non sono più

fotografie ma pezzi di carta forati dall'ago e attraversati dal filo: il disegno è una trama che sta al di qua e al di là del piano "bidimensionale" illusorio, creando un concetto spaziale che invita ad andare oltre la rappresentazione.
Parti di corpi femminili sono cuciti a parti di corpi maschili nell'intento di cucire gli strappi che dividono e non rendono possibile la comunicazione.

Luigi Annunziata

CMYK DESIGN

Il punto della situazione
"graficamente parlando"

di Luigi Annunziata

Mi chiamo Luigi Annunziata, studio presso l'Accademia di belle Arti di Roma e sono al primo anno del biennio specialistico di "Grafica e fotografia".
Il mio percorso verso la grafica a caratteri generali è iniziata all'età di quattordici anni, frequentando l'istituto d'arte indirizzo "grafica pubblicitaria e fotografia". La passione e la curiosità sono stati alla base della mia crescita e quindi dopo essermi diplomato ho deciso di continuare e di approfondire il mio percorso all'interno della grafica cercando di perfezionarmi al fine dicrearmi uno stile innovativo e personale.
Mi affascina molto il binomio "Manuale/Digitale" al punto che è stato il mio oggetto di studio ed approfondimento nei tre anni trascorsi in accademia, concludendo il triennio con una tesi incentrata sulla realizzazione di un prodotto dalla sua ideazione fino all'immissione sul mercato. È affascinante capire a fondo come nasce un prodotto, come si percepisce l'idea, tutte le bozze preliminari, dove un creativo inizia a partorire l'anima del prodotto; un bozzetto che, forse, non diventerà mai di pubblico dominio, ma che è la "base" per poter arrivare alla realizzazione di una qualsiasi cosa. È l'elemento principale e non va per niente sottovalutato, anzi, secondo la mia opinione, senza di esso si può esser certi che non si arriverà mai alla realizzazione di un prodotto che possa essere pregevole e allo stesso tempo desiderabile. Perché è questo quello che dobbiamo fare noi creativi, ovvero generare all'interno di ogni singolo individuo la curiosità, l'interesse. Generare, idee, concetti finalizzati a prodotti che si facciano allo stesso tempo, considerare e anelare. Mi domando spesso ... sono davvero necessarie tutte le cose che oggi troviamo sul mercato? Ci risolvono davvero tutti i problemi della vita, come ci promettono? O magari ne generano altri (di problemi intendo)? Questi interrogativi me li sono posti milioni di volte e rifletterci sopra fa si che il mio lavoro non si banalizzi e non si riduca a creare altro scempio da inserire nel mare aperto del mercato, composto da individui cinici spesso attenti solo al guadagno e al proprio tornaconto.
Io reputo fondamentale ritornare ad una consapevolezza del fare, ad un giusto equilibrio tra l'essere e avere, bisogna riscoprire il senso del nostro vivere, chi siamo veramente, di cosa realmente abbiamo bisogno e non farci condizionare da tutto ciò che la società e le varie

ideare progettare comunicare

multinazionali ci inpongono in maniera edulcorata. Incominciamo a disfarci del superfluo e preserviamo quello che ci occorre per davvero. Ed è per questo che ho rappresentato attraverso delle illustrazioni il mio punto di vista, rispetto ad una problematica, in questo momento molto attuale.

" L'inquinamento ambientale".

Un grosso dinosauro, composto da oggetti più o meno inutili, che riempiono la nostra vita, saturano i nostri spazi, in alcuni casi senza intaccare minimamente la nostra coscienza.

Ci siamo mai chiesti che fine faranno? pensiamo solo per un' attimo al danno ambientale che giorno dopo giorno, creiamo all'ecosistema, Quotidianamente ognuno di noi contribuisce ad alimentare un mostro pronto a schiacciarci e che, come in molti casi gia abbiamo verificato, prende il sopravvento sulla nostra instabile quotidianità.

Sono convinto che uno dei compiti della Grafica è anche quello di sensibilizzare l'opinione pubblica, dobbiamo fare in modo di educare le coscienze "Riflettere e far riflettere".

E allora ... il dinosauro è la metafora di tutto ciò, rappresentato graficamente attraverso uno stile del tutto personale, ho voluto creare un connubio tra due forme di rappresentazione "manuale e digitale".

In primis ho realizzato un incisione, utilizzando una tecnica diretta, su di un foglio specifico per la stampa calcografica, dove precedentemente ero intervenuto con un elaborazione digitale.

Il mio intento? Come in molti dei mie lavori è quello di far interagire le tecniche tradizionali con le nuove tecnologie, al fine di generare, un'impatto visivo spiazzante, che vuole condurre il fruitore ad uno straniamento visivo e concettuale, che lo induca a riflettere.

ideare
progettare
comunicare
ideare
progettare
comunicare

NOME: Luigi

COGNOME: Annunziata

RESIDENZA: Avellino

PERCORSO DI STUDIO: Grafica e fotografia

PROFESSIONE: Grafico,illustratore, fotografo

CONTATTI: luigi_annunziata@hotmail.it

SOFTWARE: Photoshop, illustrator, flash, in design, premiere, after effect.

Grafico come filosofia di vita

Creare qualcosa dal nulla attraverso lo strumento tra i più antichi al mondo: la grafite, appuntare qualsiasi cosa mi passi per la mente, per poi passare alla fase progettuale, dove l'idea iniziale prende forma e si trasforma su di un monitor (e grazie alla tecnologia che fa passi da gigante diventa sempre più semplice questo passaggio). Il Work flow di lavoro dalla stampa, alle ricerche di mercato per poter lanciare l'idea, dare vita a qualcosa che prima non c'era e adesso c'è. Un prodotto frutto della mia immaginazione o in riferimento alla richiesta di un committente.

Questo è il mondo affascinante a cui appartengo, il mondo che ho scelto. Più che mondo, può essere considerato un micro cosmo all'interno di un macro cosmo composto dai media.

È un universo fatto di tante domande e di molti punti ancora da chiarire. È un mondo che opera per il nostro bene o è interessato solo all'aspetto economico?

Di certo è un mondo in continua trasformazione, non si è mai abbastanza aggiornati. Questa trasformazione è dovuta, come ho già accennato prima, al continuo avanzamento della tecnologia, la quale, se da un lato ha semplificato la vita a noi progettisti grafici, dall'altro ha reso la nostra vita complicata. Il motivo? Basta guardarci intorno. In una società così volta al consumo di massa, l'immagine fa da padrona nel decoro urbano, ma non sempre le immagini che ci circondano hanno un gusto estetico, come si dice in gergo "equilibrato". Oramai con l'avvento della tecnologia, al giorno d'oggi è semplice reperire un qualsiasi programma d'impaginazione o di creazione grafica e molte persone, senza un ben che minimo di preparazione "smanettano" creando un qualcosa senza criterio sostenendo di essere grafici. Ma questi "smanettoni" non hanno idea del lavoro che c'è dietro ad una campagna pubblicitaria, o ad una progettazione grafica. C'è una continua ricerca, un continuo aggiornarsi, un continuo rapporto tra "creatività e pensiero e creatività e lavoro"

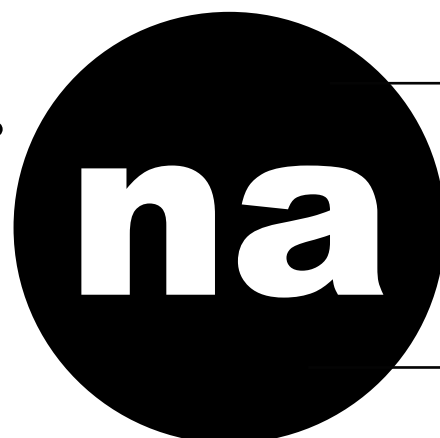
alla ricerca dell'idea giusta, di un'analisi estetica volta al colore, alla forma, all'olfatto, una percezione a tutto tondo del prodotto, uno studio attento delle dinamiche del mercato, delle relative scelte commerciali e delle conseguenziali strategie di marketing. Quindi i creativi, gli art director, i graphic designer e chiunque lavora in modo serio e con la giusta consapevolezza in questo campo, ogni giorno affina i suoi strumenti al fine di dimostrare che non basta semplicemente un computer e un programma, per fare comunicazione. L'altro problema è la concorrenza. bisogna avere quel tocco in più per farsi notare, per uscire dal rumore di fondo che si è creato e dimostrare di essere competitivi, cercare di dare un'immagine forte di se, essere sempre aggiornati e soprattutto crearsi numerosi contatti.
Questa, come ho già detto, è un professione affascinante, gratificante, ma come tutti i lavori ha i suoi pregi e le sue avversità. La cosa principale però, secondo il mio punto di vista, è quella di essere sempre coerenti e onesti sia nei riguardi di se stessi, sia nei confronti del consumatore e dell'ambiente da considerarsi a 360°.

Copertina della tesi

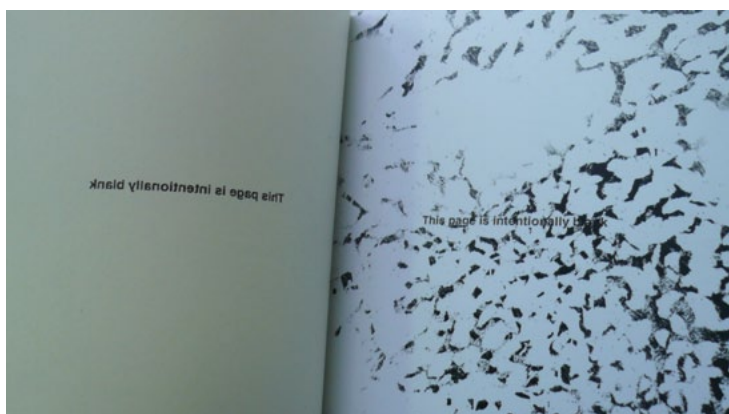
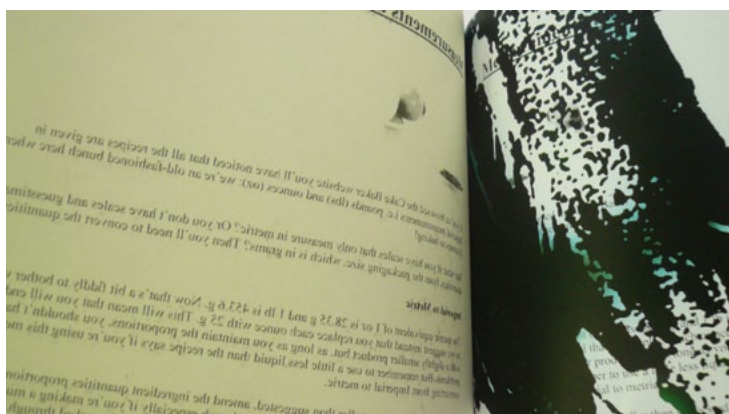
Logo "napa rt's

work in progress

ideare progettare comunicare

na

LASER

di Simone Sedicina

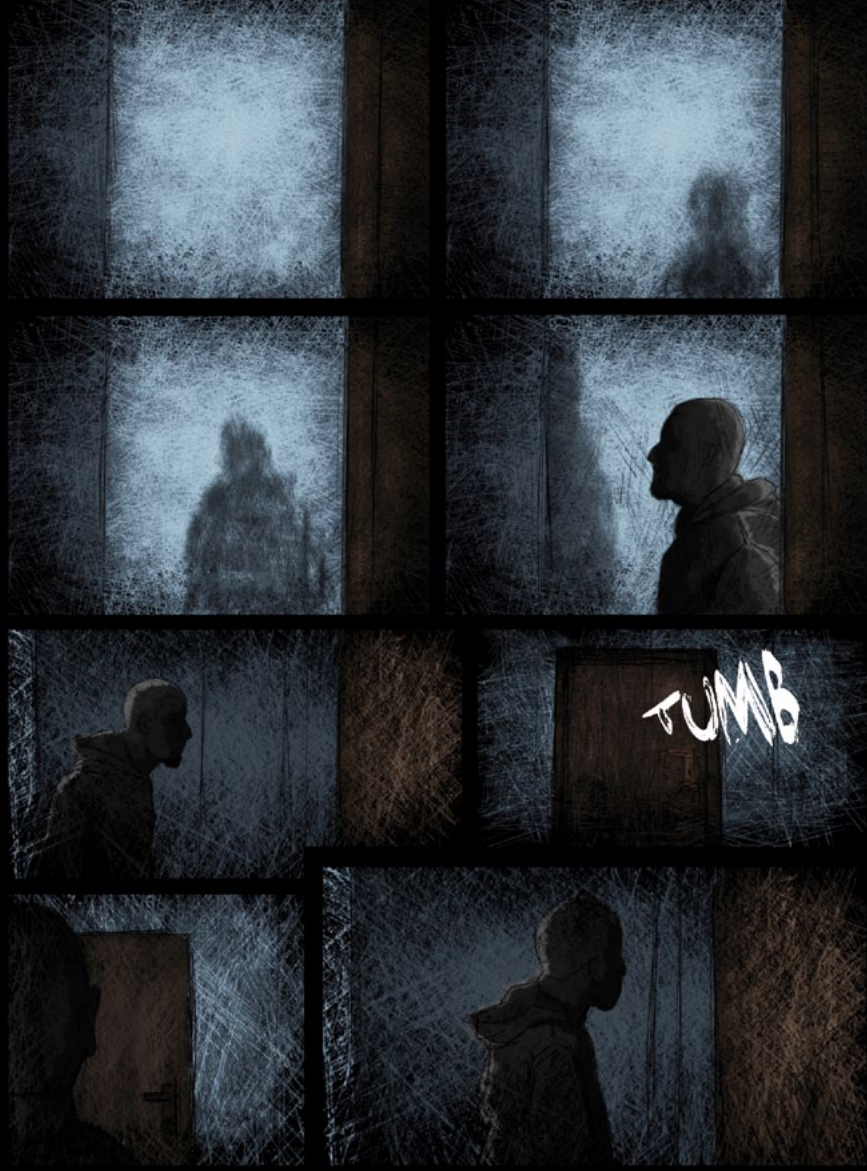
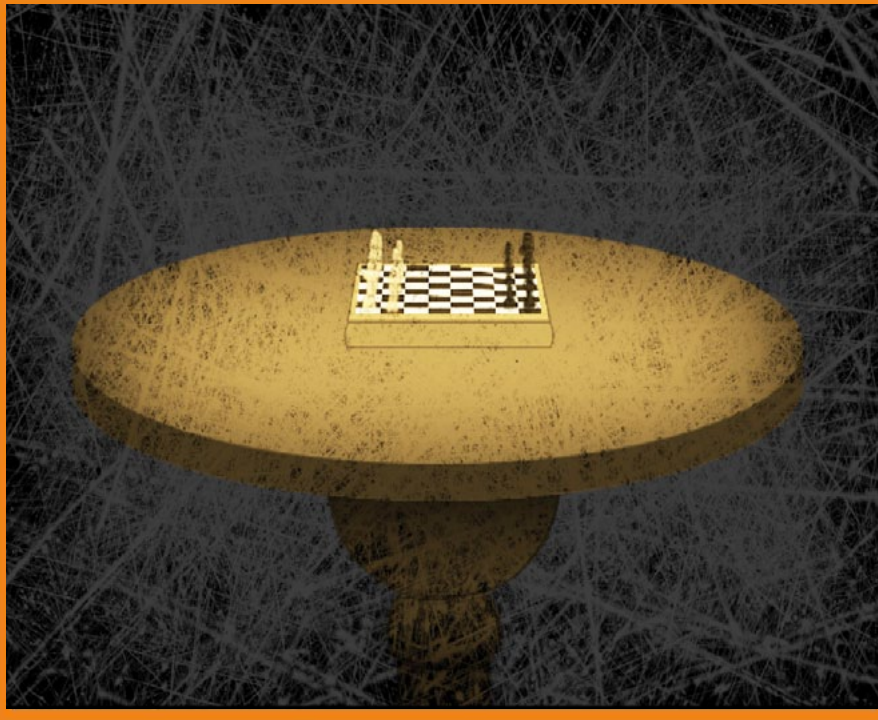
a cura di **Massimo Arduini**

L'attuale mercato tecnologico viaggia su degli standard di aggiornamento vertiginosi parallelamente all'ubiquità mediatica, comunicativa e dunque artistica. Questo crea, come nello specchio di Alice, un mondo di riflesso fatto di accumulo, di materiali in disuso, consumati e fuori uso. Oltre al cumulo di "rifiuti".
Nell'ambito delle tecniche dei Procedimenti di Stampa, corso svolto per la prima volta quest'anno all'Accademia di BB.AA. di Roma, gli studenti sono stati sollecitati a confrontarsi con tutte quelle tecniche e procedimenti che portano alla pagina, foglio, superficie stampata. Ad un multiplo.
Ad una serie di operazioni e di manipolazioni che permettono di "riprodurre" un'immagine. Ed in sintesi ad un qualunque prodotto frutto di un operazione di recupero, eco-artistica. Ma che poi in fondo è sempre la "natura naturata".
Fuori uso significa riadattare e riutilizzare "qualcosa" che si consideri perso, non aggiornato, consumato, guasto, difettoso, etc.. Questo è possibile attraverso una serie di operazioni che si appoggiano in maggiore o minore misura alla manualità o alla tecnologia.

Sull'onda del tema Fuori Uso Simone Sedicina ricicla e recupera medium e tecnologie declinandole ad una attualità visionaria, veloce, scorrevole e stratificata. Praticamente un libro frutto di multipli d'immagini e di un travaso da un medium all'altro. Lui stesso scrive: " Il libro LASER nasce con l'intento di esaltare le qualità della carta, un bene prezioso, motivo di spreco quotidiano. L'idea principale è riutilizzare la carta stampata, per mezzo di alcune fotocopie. Ogni singola pagina ha lo scopo di sottolineare che: la carta già utilizzata potrebbe non solo essere recuperata ma anche sfruttata diversamente... Le fotocopie sono state stampate su elaborazioni grafiche di vecchi lavori, seguendo così l'idea del riciclo.. Per rispettare le elaborazioni digitali ho utilizzato una stampante laser, mentre per riprodurre le proprietà delle fotocopie ho utilizzato una stampante a getto d'inchiostro.."
Sedicina impiega varie qualità di carta, individua le tipologie di font utili al messaggio. Gioca con il farsi stesso del libro, dall'impaginazione alla stratificazione dei soggetti: spesso delle sue stesse grafiche, incisioni, disegni, aggiunti alle pagine trovate. Il tutto è pensato come serialità differenziale. Ripetizione creativa. Dunque il contenuto e la forma sono un procedimento, un processo di sviluppo, un percorso "originale". Le materie, gli strumenti scelti saranno già il "messaggio". L'estetica della comunicazione.

Titolo
LASER;
Dimensioni
A5: mm 210x148,5x9;
Tecnica
Elaborazioni digitali; stampa laser e stampa a getto d’inchiostro, su carta 160g bianca, 170g bianca lucida,170g crema.

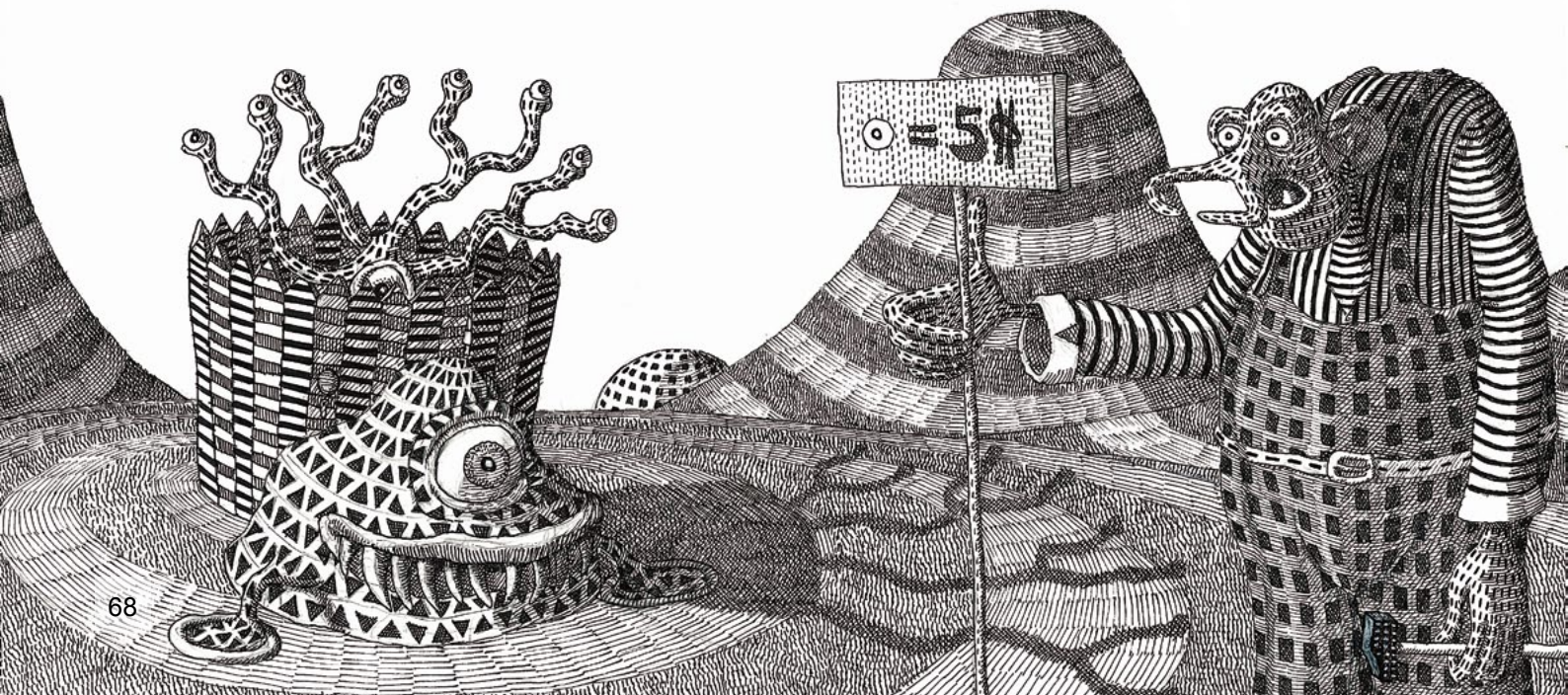
RENATO SABATO

IBERON

TUMB

Pensiero Rappresentazione Dinamismo
Graphic design 3D Cambiamento Composizione
Determinismo
Potenza concetto IDEA
illustrazione
16 - 09 - 1988
Born
Be

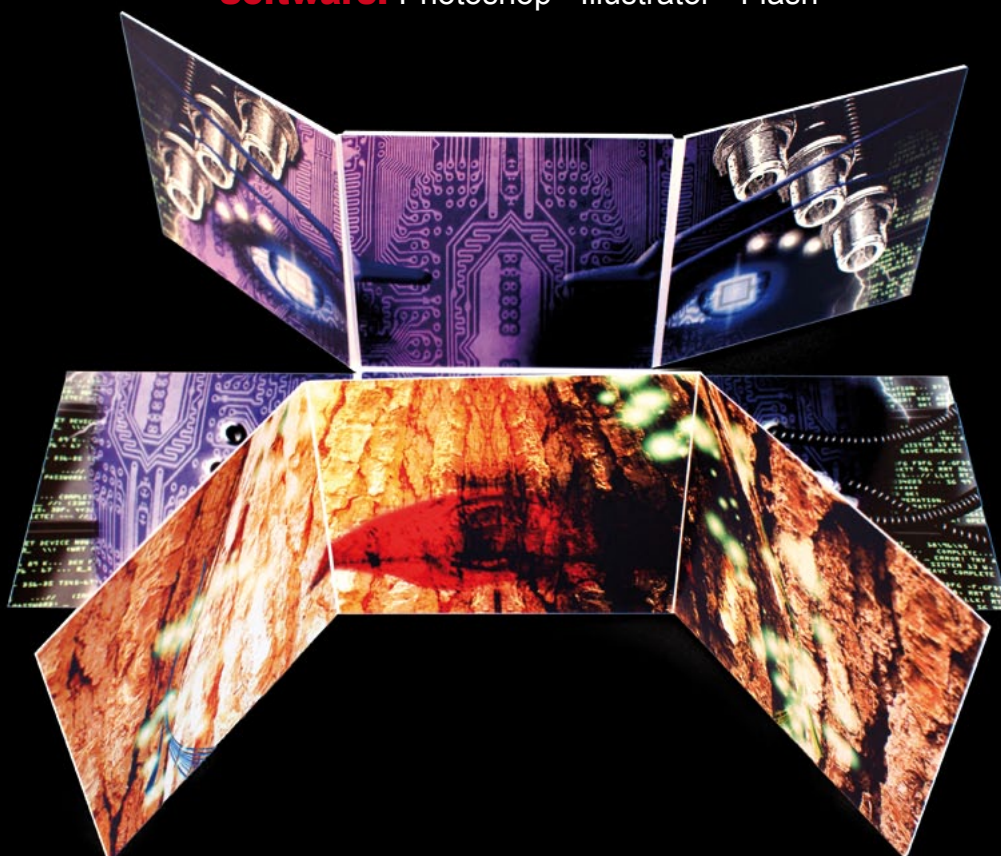
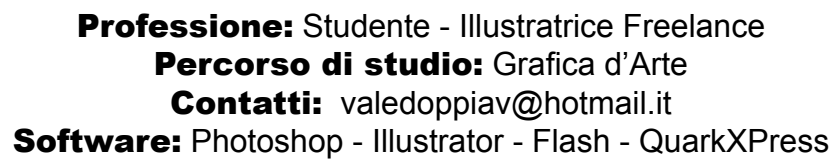
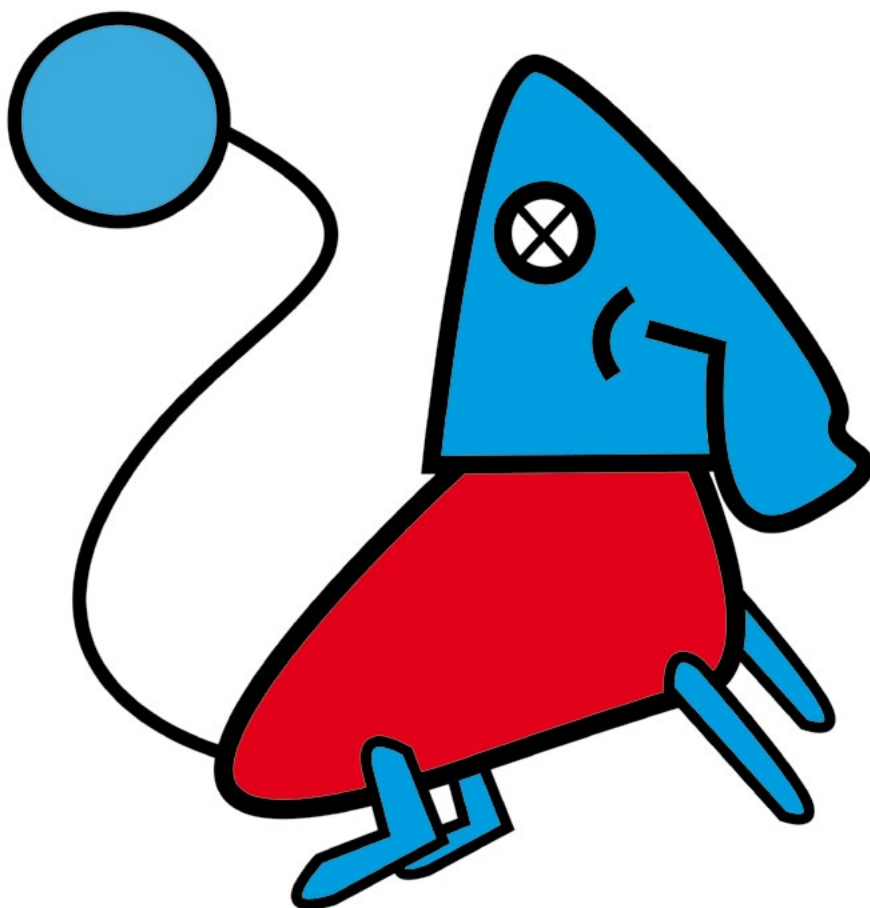
Professione: Studente - Grafico Freelance
Percorso di studio: Grafica Editoriale
Contatti: renato.sabato@gmail.com
Software: Illustrator - Photoshop - Flash

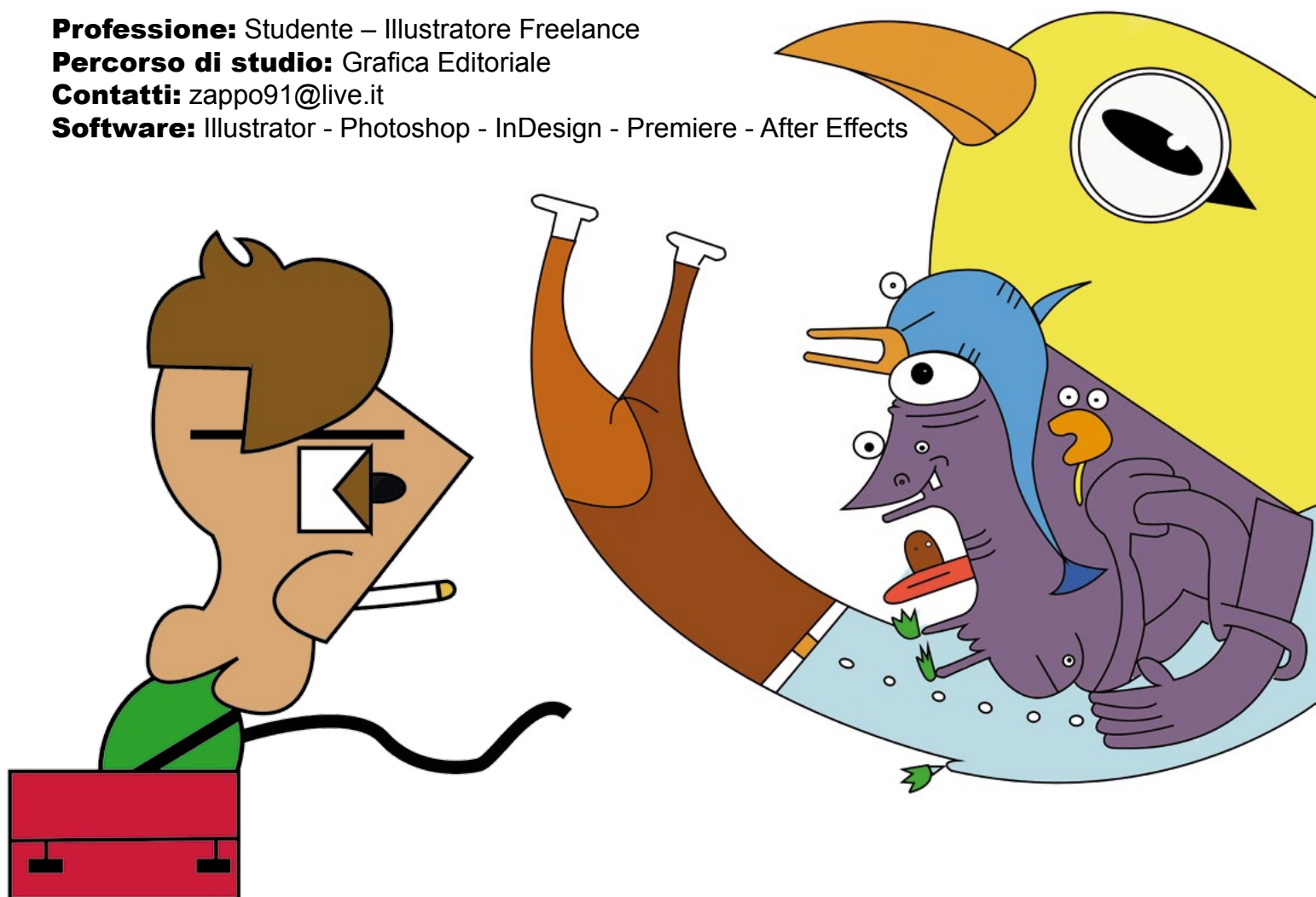
Andrea Rinaldi

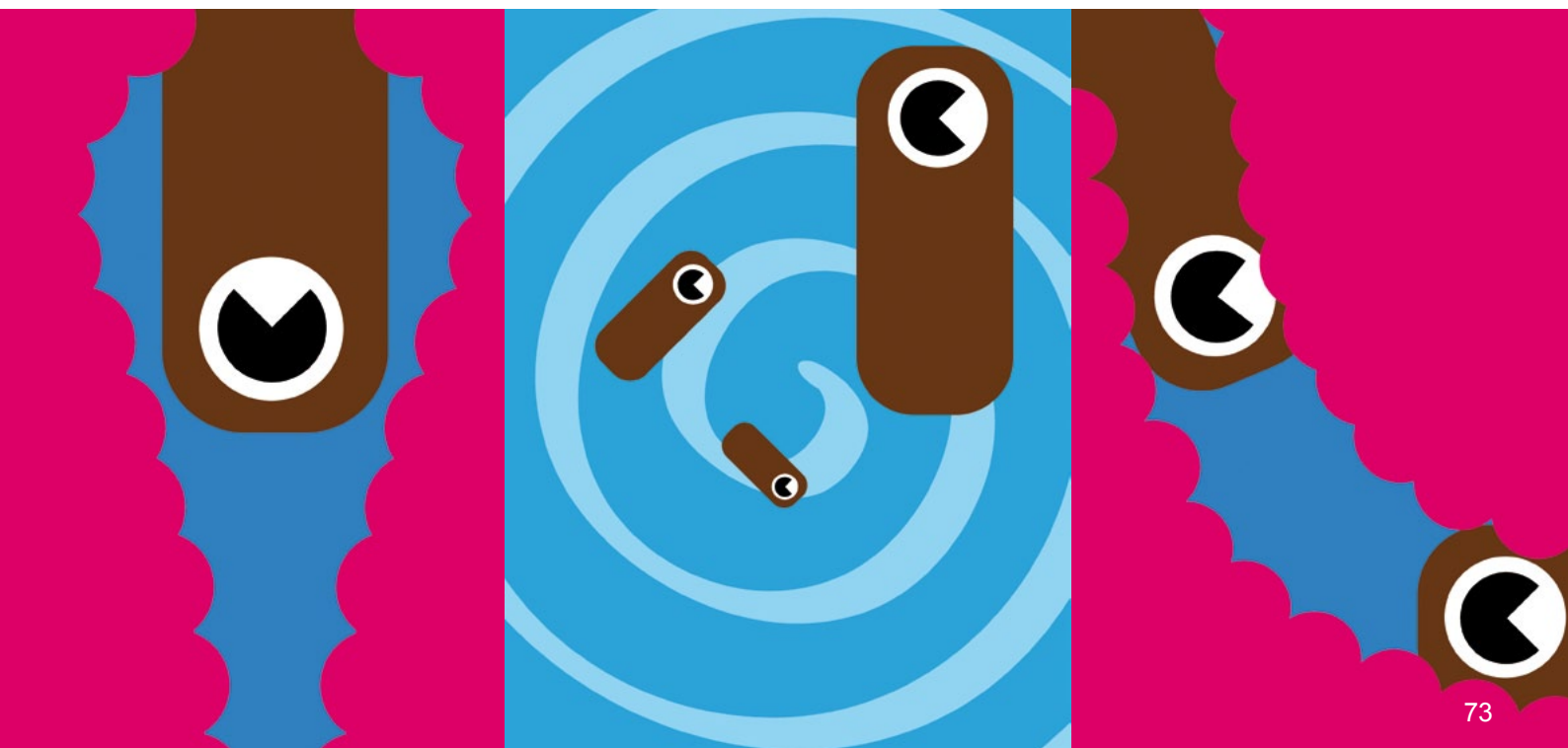
Professione: Operatore visivo manuale e digitale
Percorso di Studio: Gradica d'arte
Contatti: www.spentriu.com
Software: Photoshop – Flash - Premiere

Francesca D'Antoni

Professione: Creativa – Illustratrice freelance
Percorso di studio: Grafica Editoriale
Contatti: francy100289@libero.it
Software: Photoshop - Illustrator

Gabriele Corinella

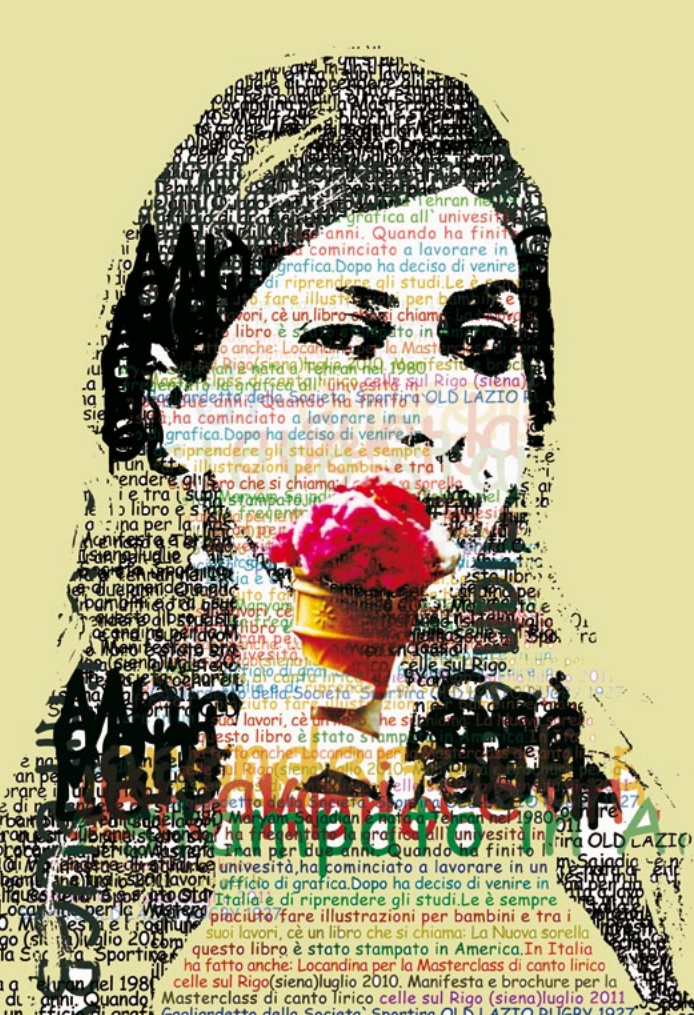
Professione: Studente - Illustratore freelance
Percorso di studio: Grafica - Triennio
Contatti: gabrielecorinella@hotmail.it
Software: Photoshop - Illustrator - Flash

Marco Zagaria

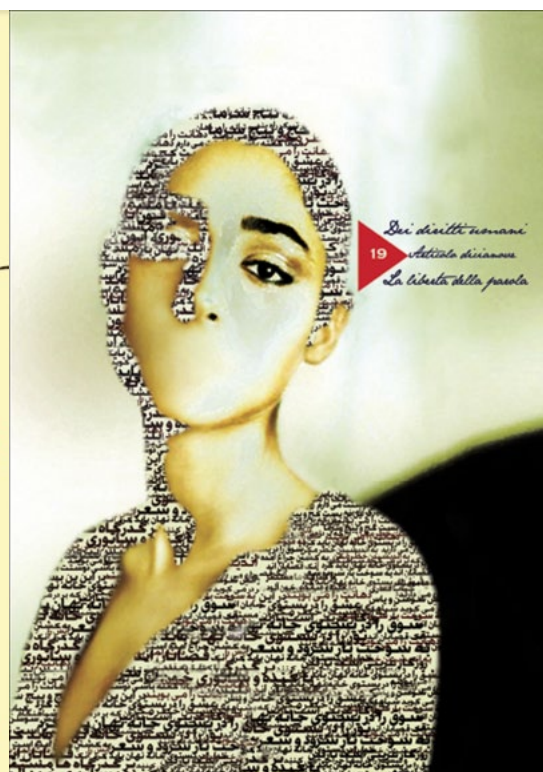
Professione: Studente – Illustratore Freelance
Percorso di studio: Grafica Editoriale
Contatti: zappo91@live.it
Software: Illustrator - Photoshop - InDesign - Premiere - After Effects

Pierluigi De Furia

Professione: Illustratore - Creativo - Video Maker
Percorso di Studio: Triennio Grafica Editoriale
Contatti: pierluigidefuria@gmail.com
Software: Illustrator - Photoshop - InDesign - Premiere - Final Cut - Macromedia Freehand

Rocco Dipoppa

Professione: Curatore Grafico Freelance – Caporedattore del magazine online “Sonar”
Percorso di studio: Grafica - Triennio
Contatti: only.rox@gmail.com
Gallery: FLICKR COM/PHOTOS/RHOX_INK
Software: Photoshop - Flash

Alessandro Petrocco

Professione: Creativo - Illustratore - Freelance
Percorso di studio: Grafica - Triennio
Contatti: petroccoalessandro@gmail.com
Gallery: www.behance.net/alec_art.
Software: Photoshop - Flash – InDesign - Linguaggio HTML e Js

Maryam Sajadian

Professione: Graphic Design -– Illustratrice freelance
Percorso di studio: Grafica Editoriale
Contatti: maryam_sajadian59@yahoo.com
Software: Photoshop - Illustrator

Quel corvo che volò
Sopra di noi
E s'inabissò nel pensiero agitato di una nuvola vagabonda,
Il cui grido, come una corta lancia, percorse tutto l'orizzonte,
Porterà la notizia di noi in città.

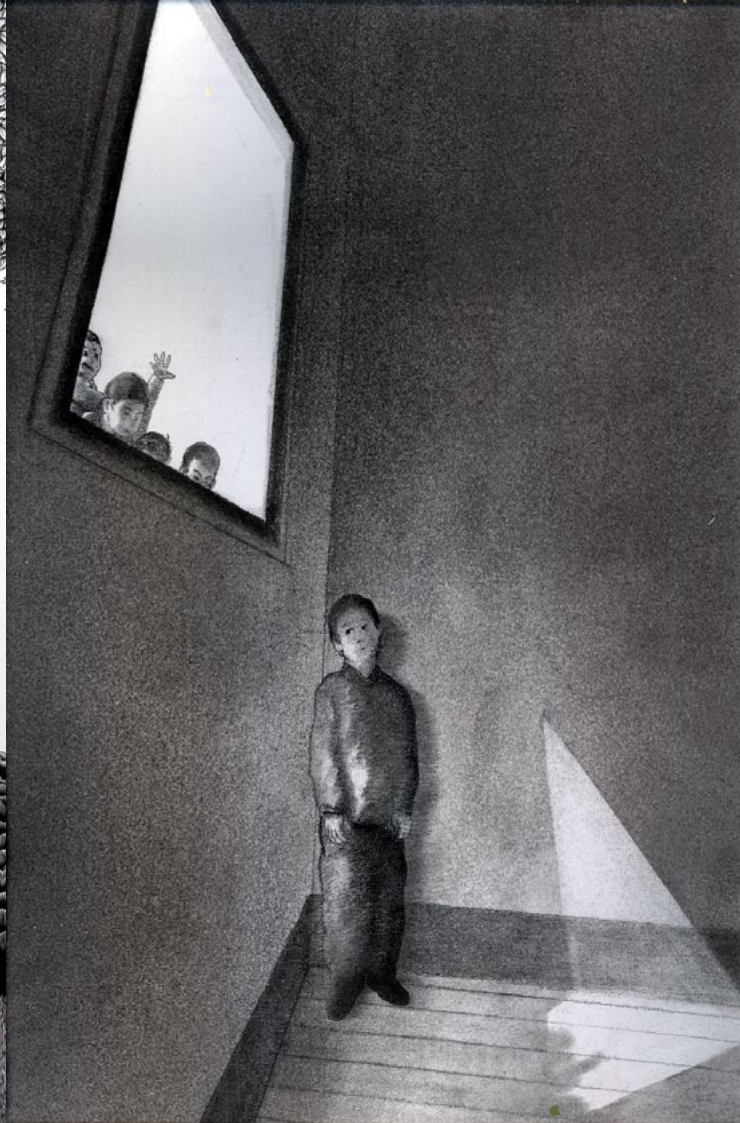
Una notte, domandammo alle lepri selvatiche
In quella foresta verde e frusciante,
Alle conchiglie copiose di perle
In quel mare agitato e freddo
E alle giovani aquile
In quel monte straniero e trionfante Che si deve fare?

Tutti sanno,
Noi abbiamo penetrato il freddo muto sogno dei Simorgh,
Cogliemmo la verità nel piccolo giardino
nell'espressione timida di un fiore anonimo
E l'eternità in un momento senza fine
Quando due soli si fissano l'un l'altro.

Shidrokh Nasroullah

i miei territori
della grafica
Grafica multi media
Grafica web
Grafica d'arte

articolo n.28 dei diritti infantile
il diritto dello studio
social welfare

Professione: Graphic Design – Illustratrice freelance
Percorso di studio: Grafica Editoriale
Contatti: shidrokh83@yahoo.com
Software: Photoshop - Illustrator

In case of loss, please return to:

高一斐

Gao Yfei

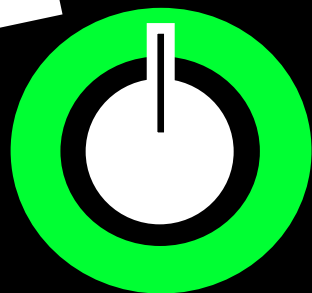
As a reward: $

Professione: Illustratore freelance

Percorsodi studio: Specialistica in Grafica

Contatti: angelaqqfei@gmail.com

Software: Photoshop – Comicstudio – Sketchbook pro

News

Mostre

Street Art

“Outdoor” è stata la prima mostra italiana dedicata al “poster art” su edilizia abitativa. L’esperienza si è chiusa il 15 giugno lasciando come traccia dell’evento le opere di JB Rock e dei pionieri italiani dello “stencil” Sten&Lex. L’assetto visivo del quartiere Garbatella viene adesso decentrato dagli 80 metri di murales realizzati per l’occasione.
L’intervento è stato supportato con un contributo finanziario da parte di alcune istituzioni pubbliche. Forse un passo avanti per la street art che da sempre si pone come antitesi delle istituzioni, andando a valorizzare luoghi che spesso vengono abbandonati proprio da queste.
maggiori informazioni su www.out-door.it

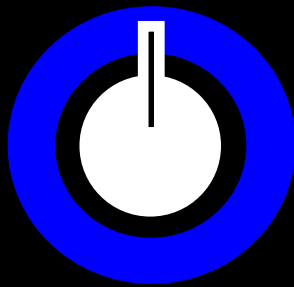
“Crack 3DREVOLUTION”

Quest’anno è stata “Crack 3DREVOLUTION”, si è svolta dal 16 al 19 giugno presso il CSOA Forte Prenestino di Roma uno dei festival più innovativi della produzione indipendente nazionale ed internazionale. In mostra la tridimensionalità del reale, con opere di grafica, fumetto, illustrazione ma anche istallazioni stupefacenti, performance e macchine infernali. tra gli artisti presenti Dernier Cri, Paranorama di Remì, Dave2000, Pakito Bolino, Serendipità, Chili Con Carne, Kuti Kuti, Vira-Lata, Lamette comix e molti, moltissimi altri tra colletivi e singoli artisti. Perché la realtà è rivoluzionaria.

Da seguire su crack.forteprenestino.net

MACRO Summer

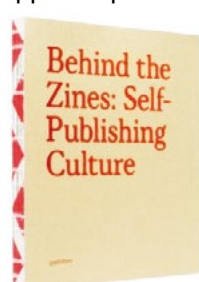
Sedici mostre verranno inaugurate per la nuova stagione del Museo d'arte contemporanea di Roma, dal 25 giugno fino al 30 ottobre.
Una stagione che si preannuncia ricca di eventi per confermare e cercare l'identità del museo stesso e il suo ruolo nel mondo dell'arte contemporanea.
Tra i progetti la mostra fotografica di Giovanni De Angelis, "Water drops", che affronta il tema della gemellarità, un viaggio nello stato brasiliano di Rio Grande do Sul, alla volta della cittadina sudamericana chiamata "la terra dei gemelli". Un interessante risultato, scientifico-documentaristico, per parlare di identità e unicità dell'individuo.
Oppure "SHE DEVIL 5" in collaborazione con lo studio Stefania Miscetti una delle esponenti più innovative della cultura artistica romana e internazionale. Una mostra al femminile caratterizzata da una rassegna video che esplora il tema dell'identità femminile, tra bizzarie e diavolerie riscoperte attraverso il quotidiano.

info macro.roma.museum.

Libri

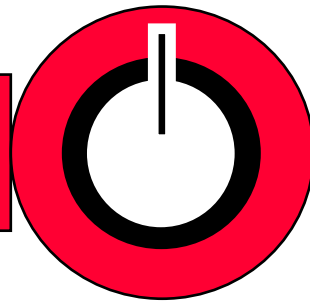
Musei di Narrazione

A cura di Studio Azzurro
Percorsi interattivi e affreschi multimediali Studio Azzurro da quasi trent'anni esplora le possibilità poetiche ed espressive delle nuove culture tecnologiche, attraverso la realizzazione di videoambienti, ambienti sensibili e interattivi, performance teatrali, opere e film.
Questo libro insieme al DVD, ne ripercorre per la prima volta l'attività nell'ambito dei musei tematici e territoriali, presentando una selezione di progetti e di riflessioni nate dalla sperimentazione diretta sul campo. L'insieme di queste esperienze fa emergere un'idea di museo come habitat narrativo, luogo immersivo della sperimentazione artistica e territorio della memoria.
Le tecnologie multimediali utilizzate favoriscono l'approccio esperenziale, i linguaggi interattivi valorizzano le condizioni di partecipazione con il pubblico e con le comunità virtuali. Si delinea tra le pagine una nuova visione in cui i musei di collezione si trasformano in musei di narrazione.
Silvana Editoriale

Graphic
Gli sketchbook dei più grandi graphic designer del mondo

A cura di Steven Heller & Rita Tallarico
Cos'è che rende i quaderni per schizzi così invitanti da toccare, da annusare? Perchè illustratori e designer sono ipnoticamente attratti dal loro stato vergine, incorrotto? Sono le dimensioni, la forma, il colore? O forse la presenza o l'assenza di peso? Forse più di tutto sono i fogli ad invitarci? La tentazione di riempire di scarabocchi quelle pagine è irresistibile.
Il quaderno di schizzi, lo sketchbooh, è il portale d'accesso a un mondo in cui tutto può accadere: un'altra dimensione aldilà di quelle dello spazio e del tempo; una vera e propria zona d'ombra in cui poter esprimere liberamente i sentimenti,le idee e i pensieri più reconditi.
Ippocampo editrice

Behind the Zines. Self-Publishing Culture

A cura di R. Klanten, A. Mollard, M. Hübner, pubblicato a marzo 2011, 240 pagine con illustrazioni a colori, presenta una vastissima selezione delle più significative zines internazionali e ne esamina il ruolo avuto nell'evoluzione del graphic design. Le riviste prese in considerazione sono caratterizzate dai contenuti innovativi e dalla sperimentazione grafica. Emerge da questa raccolta l'attività di una folta schiera di creativi, designers, fotografi e artisti che hanno deciso di utilizzare in controtendenza rispetto ai social networks e i blogs, il mezzo della stampa come promozione della propria attività. Interessante è scoprire che l'unicità e la paternità del progetto risiede nell'autoproduzione che consente all'autore o al massimo ad una piccola cerchia di persone, di dirigere tutto il processo produttivo, dal testo alle immagini, dal layout alla tipografia e alla distribuzione, anche questa è considerata una piccola rivoluzione nel mondo dei media.

Concorsi

Privacy!

Anche quest'anno sono aperte le iscrizioni al concorso per la realizzazione del Calendario Tapirulan. La settima edizione ha come tema "Privacy", i partecipanti potranno concorrere con un'opera di illustrazione che rispetti le specifiche tecniche contenute nel bando. La giuria decreterà il vincitore del Calendario 2012 e gli undici autori che rappresenteranno con la propria illustrazione gli altri 11 mesi dell'anno. Tutte le opere ritenute meritevoli verranno pubblicate in un catalogo ed esposti in una mostra collettiva. L'Ass. culturale Tapirulan organizza l'evento in collaborazione con il Centro Fumetto Andrea Pazienza e la Società degli Illustratori, chi non è troppo riservato potrà svelare la propria privacy.
La scadenza per partecipare al premio è fissata al 23-09-2011.
Maggiori informazioni e il bando completo su www.tapirulan.it.

Pastificio Cerere

L'arte che forma l'arte.
Al via il nuovo Bando di Concorso del Premio 6 ARTISTA, giunto alla terza edizione. Il progetto è promosso dalla Fondazione Pastificio Cerere che con l'aiuto di alcuni partner investe in un percorso formativo di alto profilo culturale per il futuro dell'arte in Italia, il progetto è rivolto all'inserimento dei nuovi talenti nel sistema dell'arte contemporanea.
I due vincitori decretati vivranno un'esperienza unica in un vivace confronto con gli artisti residenti presso il Pastificio Cerere di Roma e presso la Cité Internationale des Arts di Parigi.
Il MACRO, Museo d'arte Contemporanea Roma, Artissima Internazionale d'arte contemporanea sono partner dell'iniziativa e arricchiranno il programma espositivo dando ulteriori occasioni di visibilità pubblica dei borsisti.
Il bando e la scheda di partecipazione è su www.6artista.it, scade il 23-09-2011.

DEJA VIP

ManifestaZOOne 2011

L'Associazione Art.Ur di Cuneo in collaborazione con la rassegna letteraria internazionale Scrittoincittà, propone la quinta edizione di "ManifestaZOOne". Concorso per artisti e grafici chiamati a ideare un manifesto urbano d'arte legato al tema "orizzonti SOS-tenibili".
I partecipanti dovranno produrre un elaborato grafico atto alla stampa, delle dimensioni di 6 metri per 3, interpretando il tema in oggetto in chiave ironica, con qualità estetica ed efficacia comunicativa. Il tabellone pubblicitario diventa uno spazio di riflessione ed uno stimolo per il vasto pubblico che transita in città, si riappropria degli spazi comuni attraverso l'espressione artistica non commerciale e di rilevanza socio-culturale.
Per maggiori informazioni contattare l'Associazione Art.Ur (Ex Thees-Art).
Visitando la pagina web www.zooart.it è possibile scaricare il bando completo e sfogliare la gallery delle edizioni precedenti. Scadenza: 15-09-2011.